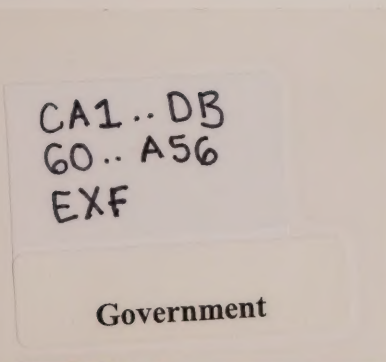




TURKEY FARMERS  
OF CANADA™  
LES ÉLEVÉURS DE DINDON  
DU CANADA™

# ANNUAL REPORT 2016





---

**The forty-third Annual Report of the Canadian Turkey  
Marketing Agency (c.o.b. Turkey Farmers of Canada)  
is prepared for presentation to the  
Federal Minister of  
Agriculture and Agri-Food,  
the Farm Products Council of Canada  
and TFC Members.**

---

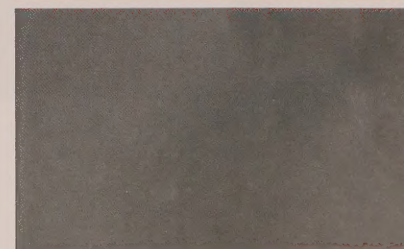
**Turkey Farmers of Canada**

7145 West Credit Avenue, Building 1, Suite 202, Mississauga, ON L5N 6J7  
Tel: (905) 812-3140 | Fax: (905) 812-9326 | [turkeyfarmersofcanada.ca](http://turkeyfarmersofcanada.ca) | [canadianturkey.ca](http://canadianturkey.ca)  
[facebook.com/CanadianTurkey](https://facebook.com/CanadianTurkey) | [Twitter.com/Cdn\\_Turkey](https://twitter.com/Cdn_Turkey) | [Twitter.com/TurkeyFarmersCa](https://twitter.com/TurkeyFarmersCa)



# TABLE OF CONTENTS

ABOUT TURKEY FARMERS OF CANADA	1
CHAIR'S MESSAGE	4
EXECUTIVE COMMITTEE AND BOARD OF DIRECTORS	5
COMMITTEES AND APPOINTMENTS	6
MEMBERSHIPS, PARTNERSHIPS AND STAFF	7
EXECUTIVE DIRECTOR'S MESSAGE	8
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	9
LAUNCHING CANADIAN TURKEY	10
PARTNERING TO PROVIDE CANADIAN TURKEY	11
GOVERNMENT RELATIONS	13
SCIENCE AND RESEARCH	15
POLICY AND TRADE	18
CANADA'S TURKEY INDUSTRY 2016	21
FINANCIAL STATEMENTS	24





# ABOUT TURKEY FARMERS OF CANADA

***Turkey Farmers of Canada (TFC) is the national organization representing Canada's turkey farmers. Created in 1974 under the federal Farm Products Agencies Act (FPAA), the Agency encourages cooperation throughout the Canadian turkey industry, promotes the consumption of turkey meat, and oversees the supply management system for turkey in Canada.***

Mandated by Proclamation, the TFC Board of Directors is comprised of 11 Members, including eight farmer-elected provincial board representatives, two appointed Members of the primary turkey processing sector and one Member from the further turkey processing sector.

Together, the Board sets the national turkey production levels in response to market activity and market forecasts, and expectations regarding imports and competing protein and input markets, to ensure that consumers have access to a secure supply of high-quality Canadian turkey products, and that farmers earn a fair return on their investments.

Consistent with S.21 of the FPAA, the TFC Board ensures necessary action to “*promote a strong, efficient and competitive turkey production and marketing industry.*”

TFC operations are funded by production-level levies remitted on each kilogram of turkey marketed.

The Agency is accountable to its Members and partners, and reports annually to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food Canada and the Farm Products Council of Canada.

## **Farm Products Agencies Act (FPAA) OBJECTS AND POWERS**

S. 21. The objects of an agency are:

(a) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relation to which it may exercise its powers; and

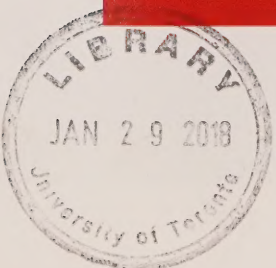
(b) to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products.

## **OUR VISION**

Canadian turkey will be readily available every day, everywhere in Canada in the form consumers desire.

## **OUR MISSION**

To develop and strengthen the Canadian turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.





## OUR VALUES

The Members of Turkey Farmers of Canada, guided by the *Farm Products Agencies Act*, S. 21, believe in:

- A national, orderly marketing system working towards growth of output and profitability for investors in the sector.
- Keeping pace with ongoing competitive changes in the Canadian marketplace.
- Maintaining the expectations of the Canadian consumer through innovation and excellence in turkey production and processing, providing a high-quality and safe product to consumers at a fair market price.
- An organization that functions ethically, respectfully, with integrity and valuing employees, partners and stakeholders.

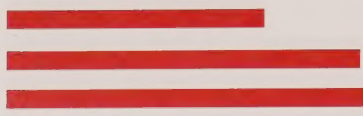
## PRINCIPLES OF GOVERNANCE

The following principles guide TFC's efforts in fulfilling its mandate in a manner that is professional, efficient, and transparent:

1. Manage a viable supply management system that provides market stability, encourages growth and investment, and maintains profitability for stakeholders.
2. Administer a supply management system that remains flexible enough to address changing markets, competition, and societal demands.
3. Operate under a disciplined governance model, while maintaining anti-deferral strategies, underpinned by training and orientation sessions for both the Board and staff, together with clear succession plans.
4. Maintain a strong, transparent management team, and secure financial status for Agency operations.
5. Continue to build on strong, positive relationships with each Member organization and signatories to the *Federal-Provincial Agreement (FPA)*.
6. Promote an innovative and efficient industry through increased value per bird for producers and processors, due to increased value added for consumers.
7. Be equipped with emergency response plans and resources in the event of a bird health crisis or other critical or emerging issue.







# TURKEY FARMERS MAKING A POSITIVE IMPACT

OVER 222 MKG TOTAL LIVE PRODUCTION



535  
FARMERS

20 FEDERALLY INSPECTED PROCESSORS

OVER 58M RETAIL SALES (KG)

OVER \$347M IN RETAIL SALES VALUE



OVER 14,000 TOTAL JOBS



\$396M IN FARM CASH RECEIPTS

British Columbia . Alberta . Saskatchewan . Manitoba .

**ACROSS 8 PROVINCES**

Ontario . Québec . New Brunswick . Nova Scotia .



Turkey farmers contribute

**\$3.3B**

in annual economic activity

Cumulative sales associated with turkey production and processing





## CHAIR'S MESSAGE

***Connections — they are at the heart of everything we do. As an industry, agriculture is built on a solid foundation of connections and commitment that allow us to collaborate, address issues and build a stronger and brighter future.***

The Turkey Farmers of Canada (TFC) represents 535 farmers across Canada in eight provinces, and these farmers have generated cash receipts of almost \$396 million in 2015. We recognize the value-driven outputs of our industry.

Over the last five years, farm output has grown by 12% driven by a growth in production for value-added activity of 19% over that same period. We are a strong and proud industry. The turkey industry generates 14,000 jobs and, as you will see from this annual report, it adds economic activity in the amount of \$3.3 billion per year. As consumption and the demand for turkey products continue to grow, we should feel confident in the strength of our industry.

2016 is rooted in the importance and the commitment of strong ties. We have worked together to reinforce a solid foundation based on safety, access, innovation, and partnership. As we move forward, the commitment to connections and working together will be of even greater importance as we work to address new challenges and, more importantly, greater opportunities to showcase and grow our industry.

Turkey farmers operate within a supply management structure and view supply management as a significant component of Canadian agriculture. With an increased focus on international trade, we must continue to review trade agreements to understand the potential impact to our supply management system.

This year, we continued to monitor and respond to ongoing trade activities. We have been making great efforts to showcase the accomplishments of the industry and the far-reaching benefits of supply management, which allows our farmers to deliver value on the farm, in our communities and beyond. We have and will need to continue to collaborate with our fellow agricultural organizations to be strong advocates for supply management.

TFC continued to focus on growing the awareness and acceptance of Canadian turkey with consumers. In fact, this year marked the launch of the new *Canadian Turkey* brand, which is designed to highlight the nutritious, premium quality turkey meat Canadian farmers provide for consumers every day. We launched new partnerships and worked with our partners throughout the value chain to showcase turkey. Engaging the end consumer and ensuring that turkey is always top of mind is critical for our long-term success and sustainability.

In 2016, the Canadian turkey industry continued to enhance its programs, standards and practices to ensure turkey farms continue to be on the leading edge of production with respect to food safety, quality, and animal care. This year, we were part of the review process for the revised *Code of Practice for the Care and Handling of Hatching Eggs, Breeders, Chickens, and Turkeys*. This was another strong example of how the community has come together to continue to advance and build on the strengths of our practices. In addition, the advancement of the on-farm program continues to be an important priority for TFC and, as you will read, is reflected in the action and activities undertaken this year.

Although there have been challenges faced over the last year, there are enormous opportunities before us, and TFC is committed to capturing these opportunities to strengthen our industry.

Thank you for your commitment to agriculture and turkey farmers. Working together, we will continue to protect the trusted and essential system, meet the expectations of today's consumer, and enhance our marketplace.

Respectfully submitted,

Mark Davies  
Chair



# EXECUTIVE COMMITTEE & BOARD OF DIRECTORS



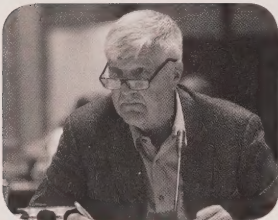
**MARK DAVIES**  
**CHAIR**  
Nova Scotia



**CALVIN MCBAIN**  
**VICE CHAIR**  
Québec



**RACHELLE BROWN**  
**EXECUTIVE MEMBER**  
Manitoba



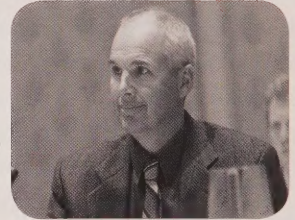
**VIC REDEKOP**  
British Columbia



**DARREN FERENCE**  
Alberta



**JELMER WIERSMA**  
Saskatchewan



**BRIAN RICKER**  
Ontario



**BERTIN CYR**  
New Brunswick



**DOUG HART**  
Canadian Poultry and Egg  
Processors Council  
(CPEPC)



**MICHEL PÉPIN**  
Canadian Poultry and  
Egg Processors Council  
(CPEPC)



**KEITH HEHN**  
Further Poultry  
Processors Association  
of Canada (FPPAC)

## ALTERNATIVE DIRECTORS

SHAWN HEPPELL, BRITISH COLUMBIA  
TODD CLARKE, SASKATCHEWAN  
STEVE HOFER, MANITOBA  
MATT STEELE, ONTARIO  
ANDRÉ BEAUDET, QUÉBEC  
JOSHUA HAYES, NEW BRUNSWICK

STEVEN EADIE, NOVA SCOTIA  
MARC SPROULE, NOVA SCOTIA  
WAYNE URBONAS, CPEPC  
JAMIE FALCAO, CPEPC  
ED MINER, FPPAC



# COMMITTEES AND APPOINTMENTS

## **Nominating Committee**

- Doug Hart, Chair
- Jelmer Wiersma, Director
- Rachelle Brown, Director

## **Audit & Finance Committee**

- Calvin McBain, Chair
- Darren Ference, Director
- Doug Hart, Director

## **Managers' Committee**

- Sonya Lorette, NS
- Louis Martin / Kevin Godin, NB
- Pierre Fréchette / Martine Labonté, QC
- Janet Schlitt / Ryan Brown, ON
- Helga Wheddon, MB
- Cinthya Wiersma, SK
- Cara Prout, AB
- Michel Benoit, BC

## **Research Committee**

- Rachelle Brown, Chair
- Wayne Urbonas, CPEPC
- Brian Ricker, CPRC
- Steven Eadie, TFNS

## **Turkey Market Advisory Committee**

- Sateesh Ramkissoonsingh, Chair
- Nicolas Paillat, CPEPC
- Robert de Valk, FPPAC
- John Sheldon, TFC
- John Groenewegen, Third-Party Market Analyst

## **On-Farm Programs Committee**

- Vic Redekop, BC, Chair
- Calvin McBain, QC, Chair
- Joni Rynsbarger, SK
- Matt Steele, ON
- Guy Jutras, QC
- Lori Ansems, NS
- Wayne Urbonas, CPEPC

## **Supply Policy Committee**

- Mark Davies, Chair
- Brian Ricker, Eastern Region
- Calvin McBain, Eastern Region
- Shawn Heppell, Western Region
- Rachelle Brown, Western Region
- Doug Hart, Processor Representative
- Ian Hesketh, Processor Representative

## **Turkey Market Development Committee**

- Mark Davies, Chair
- Cameron Lavallee, Producer, Eastern Region
- Dion Wiebe, Producer, Western Region
- Wendy Harris, Processor, Eastern Region
- Jason Wortzman, Chef/Processor, Western Region
- Annie Langlois, Registered Dietitian
- Rory Bates, Retail Representative
- Alison George, Canadian Foodie

## **EXTERNAL APPOINTMENTS**

### ***Canadian Federation of Agriculture***

- Mark Davies, Director
- Brian Ricker, Alternate Director

### ***National Farm Animal Care Council***

- Tom Hayter (September 2016) / Lori Ansems

### ***Canadian Poultry Research Council***

- Brian Ricker, TFC Director

### **New! In 2016, TFC created the Allocation Policy Review Committee:**

- Mark Davies, Chair
- Bertin Cyr, NB
- Steven Eadie, NS
- Calvin McBain, QC
- Matt Steele, ON
- Helga Wheddon, MB
- Jelmer Wiersma, SK
- Darren Ference, AB
- Michel Benoit, BC
- Nicolas Paillat, CPEPC
- Keith Hehn, FPPAC



# MEMBERSHIPS & PARTNERSHIPS

Agriculture More Than Ever  
Canadian 4-H Council  
Canadian Agricultural Hall of Fame  
Canadian Farm Writers' Federation  
Canadian Federation of Agriculture  
Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education  
Canadian Poultry and Egg Processors Council  
Canadian Poultry Research Council  
Canadian Supply Chain Food Safety Coalition

Farm & Food Care Canada  
Further Poultry Processors Association of Canada  
National Farm Animal Care Council  
National Farmed Animal Health and Welfare Council  
National Turkey Federation (US)  
Nutrient Rich Foods Alliance  
Poultry Industry Council  
Restaurants Canada  
World's Poultry Science Association – Canada Branch

## TURKEY FARMERS OF CANADA STAFF

***“As a team, we are committed to providing service and support to the TFC Members, turkey farmers, industry partners and consumers with accountability and integrity. Together, we are dedicated to being proud ambassadors of Canadian turkey.”***

### **Phil Boyd**

Executive Director

### **Janice Height**

Director - Corporate Services

### **Sateesh Ramkissoonsingh**

Manager - Policy & Trade

### **John Sheldon**

Manager - Markets Information

### **Mark Kotipelto**

Senior Policy Analyst

### **Elise Mereweather**

Policy & Data Administrator

### **Allyson Marcolini (March 2016)**

Manager, Consumer Relations

### **Robin Redstone (August 2016) /**

### **Kristina Fixter**

Manager, Corporate Communications

### **Malenka Georgiou**

Associate Manager - Technical Affairs, On-Farm Programs,  
Certified PAACO Poultry Welfare Auditor

### **Caroline Gonano**

Associate Manager - Technical Affairs, Science & Regulation,  
Certified PAACO Poultry Welfare Auditor

### **Mabel Seto**

Finance Administrator

### **Lorna Morris**

Executive Services Administrator

### **Cathy Lane**

Corporate Services Administrator

### **Charles Akande**

Canadian Dairy, Poultry and Egg Producers'  
Representation to the WTO Geneva, Switzerland





# EXECUTIVE DIRECTOR'S MESSAGE

***My colleagues and I are pleased to submit the 2016 Annual Report to the Members of Turkey Farmers of Canada, the members of the Farm Products Council of Canada and the Minister of Agriculture and Agri-Food. The report highlights the activities and operations of TFC, and provides the detailed audited financial statements for the year-ended December 31, 2016.***

The 2016 Annual Report details, not only, the milestones met through the year, but also looks ahead to the challenges to come. One of the key milestones of 2016, which you will read about, is the launch of the *Canadian Turkey* logo and the new consumer website – [canadianturkey.ca](http://canadianturkey.ca). The launch and the new brand is a pivotal moment for our engagement with the end consumer and sets the stage for further consumer outreach moving forward.

To close the file on the Turkey Farmers of Canada (TFC) and Turkey Farmers of Ontario (TFO) Arbitration held in January 2016 regarding overmarketings in the Province of Ontario, the Arbitration Panel awarded liquidated damages to TFC in the amount of \$1.7 million. The liquidated damages were shared between TFC and the seven other Member provinces and are to be used exclusively for the marketing and promotion of the consumption of turkey products. Joint and collaborative initiatives are emerging across all provinces and TFC, and will be implemented in the first half of 2017. It is expected that there will continue to be a longer-term sustained marketing effort across the country.

During the 2016 Business Planning meetings, the Directors focused on three key results areas in their deliberations: Consumer Relations; Science & Research; and, Value Chain matters. This is not that the other three key results focused on Operations, Governance and Corporate Communications were not, and are not, important; it simply means that the priorities for 2016 and into 2017 are focused on engaging with consumers in ways that matter to them and ensuring that when the *Canadian Turkey* mark is evident, consumers are aware of the value proposition it offers.

2016 also brought a focus on reinforcing the quota system, its component parts, and its checks and balances in order to ensure that the quota system functions in the way it must and in the manner intended. From this set of initiatives, emerged a review of TFC policies that add product into the domestic supply, supply policy reviews, and the development of a comprehensive set of procedures for tracking the various sources of supply.

In addition, for the first time since implementation, a review of the TFC Commercial Allocation Policy (both the whole bird and further processing provisions) was initiated.

While it was a quieter year on the trade file, we continued to monitor a variety of trade issues that could potentially have a significant impact on the turkey sector. Monitoring, examining the impact and participating in the development of solutions to trade issues will continue to be key for TFC in 2017.

Section 21 of the *Farm Products Agencies Act* (FPAA) reads as follows:

- S. 21. The objects of an agency are
- a) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relations to which it may exercise its powers; and
  - b) to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products.

By any measure, the focal points of the last year directly support the objects above. We look forward to continuing to drive action and value as we meet these objects in 2017 and beyond.

Respectfully submitted,

Phil Boyd  
Executive Director



# TURKEY FARMERS CONTRIBUTE TO A BETTER CANADA

## Corporate Social Responsibility

*TFC and our Members understand that we have a responsibility to help make our communities, our people and our country stronger.*

In 2016, TFC continued its commitment to helping Canadians with a donation of over \$50,000 to Food Banks Canada. This contribution helped Food Banks Canada provide a happier Thanksgiving and Christmas to Canadians through the support of nearly 100 food banks.

TFC and Food Banks Canada, together, challenged Canadians to join the conversation. In addition to the \$50,000 donation, TFC pledged to donate an additional \$1 (up to \$3,000) for each use, share or re-tweet using the hashtag #TurkeyFarmersCare.



This year, additional contributions from the British Columbia Turkey Marketing Board, Manitoba Turkey Producers and Turkey Farmers of New Brunswick meant that more than \$60,000 was provided to Food Banks Canada.

***Over the last eight years, TFC and its Member organizations have donated more than \$450,000 to Food Banks Canada for the purchase of whole turkeys and/or turkey products by rural food banks at Thanksgiving and into the Holiday Season.***

**In 2016, over \$60,000 was donated to food banks across Canada.**

*Thank you  
Turkey Farmers*

“On behalf of the St. Anthony and Area Food Sharing Association and clients, the support via funding to purchase turkeys was greatly appreciated!... Please extend our appreciation to all farmers and their organizational personnel for their kindness and generosity! Again, our sincere thanks!” *Tom O’Rielly, St. Anthony & Area Food Sharing Association (Newfoundland and Labrador)*

“The Teulon District Food Bank would like to thank The Turkey Farmers of Canada, in partnership with Alberta, New Brunswick, Manitoba, British Columbia Turkey Farmer Producers for the very generous donation to the Teulon Food Bank. We bought ground turkey to give all our food bank families.” *Teulon District Food Bank (Manitoba)*

“On behalf of the Fox Creek Food Bank, I would like to THANK YOU for the funds, which made it possible for us to give out turkeys to our Food Bank clients during the Thanksgiving season. It was very much appreciated.” *Fox Creek Food Bank (Alberta)*

“We purchased 45 turkeys with the donated money and are so pleased to be able to offer so many families a special Thanksgiving.” *Waterford and District Food Cupboard (Ontario)*



# NUTRITIOUS, PREMIUM AND DELICIOUS TURKEY

## Launching Canadian Turkey – #FreshIdea

Whether it is a holiday season, a Sunday dinner or an afternoon by the BBQ, Canadian turkey farmers are committed to helping Canadians choose, cook and enjoy turkey anytime of the year. In 2016, TFC was pleased to introduce *Canadian Turkey*, an all-new brand initiative, designed to highlight the nutritious, premium quality turkey meat Canadian farmers provide for consumers.

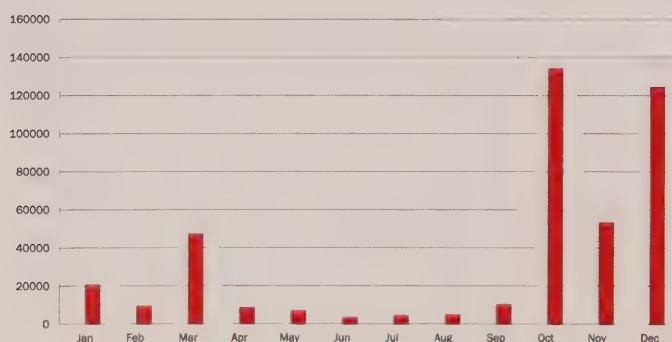
The *Canadian Turkey* brand is built on a foundation of our farmers' commitment to responsible animal care and providing safe, quality, homegrown turkey meat with great taste and nutritional benefits.

### Reaching Canadian Consumers — Website Statistics

To provide even more information to consumers, TFC launched a new **canadianturkey.ca** website, which features a number of exciting new recipes, helpful hints and links to new Provincial Board websites.

***canadianturkey.ca is the go to resource for Canadians looking to experience turkey's incredible versatility, taste and nutritional benefits.***

### 2016 VISITS TO CONSUMER WEBSITE



**430K VISITS TO OUR CONSUMER WEBSITE**



### Social Media Stats

Throughout 2016, TFC utilized social media to launch the new *Canadian Turkey* brand and worked with online influencers to engage consumers. In 2016, TFC launched a profile on Instagram to help reach even more Canadians. Social media will continue to be extremely important as TFC moves forward with innovative, new ways to engage consumers.



**3,395 New Followers**



**1,099 New Followers**



**640 New Followers**



**445 New Subscribers  
47K Views and 72K Minutes Watched**



**609 New Followers**

**97M IMPRESSIONS - ALL SOCIAL MEDIA CHANNELS**



# PARTNERING TO PROVIDE CANADIAN TURKEY

*Growing the awareness and acceptance of Canadian turkey is an important part of TFC's activities. By building and maintaining brand partnerships across the consumer marketplace, TFC is helping to ensure that consumers are aware of the ease, the nutrition and the great taste of turkey. 2016 was a very exciting year as the Agency built on the success of past partnerships and engaged new consumer-driven organizations to help reach an expanding Canadian marketplace.*



## **Partnership with SUBWAY® Canada**

In fall 2016, TFC joined forces with SUBWAY® restaurants to announce a new special, limited time offer - Carved Turkey sandwich. The launch of the SUBWAY® Carved Turkey sandwich helped showcase a continued commitment to Canadian agriculture and provided another opportunity to have turkey front and centre for consumers. This campaign was supported by a national TV, radio, and digital advertising campaign and featured in-store promotion of the *Canadian Turkey* logo.

*"To source Canadian turkey again for this new sandwich shows their continued commitment to Canadian agriculture. We're proud to provide the turkey for this premium sandwich, continuing our partnership with SUBWAY® and making it easy for Canadians to support their nation's farmers."*

*Mark Davies, TFC Chair.*



## **Partnership with Loblaw Real Canadian Superstore**

In 2016, the *Canadian Turkey* brand was showcased on staff t-shirts in-store during the launch of the retailer's Canadian farmer program.

## **Partnership with French's Mustard**

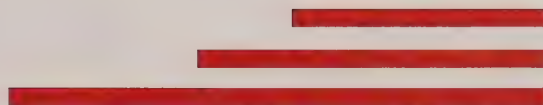
During Thanksgiving 2016, TFC and French's Mustard once again partnered for an in-store promotion celebrating Canadian turkey and mustard. More than 1,400 stores participated and displayed the promotion in store. This partnership was an opportunity to showcase delicious recipes and provided discounts and a mail-in rebate for a free bottle of mustard. In addition to the *Canadian Turkey* brand profile in-store, the promotion was also featured in Walmart's *Live Better* magazine and was highlighted in a variety of social media activities to generate visits to the *Canadian Turkey* website.

CANADIAN MUSTARD SEEDS • CANADIAN TURKEY  
CELEBRATE

**CANADIAN TRADITION**







## Food Blogger Campaigns

*Today's consumers are extremely busy and always looking for ideas, tips and recipes to help make their time in the kitchen and around the dinner table easier and more enjoyable. Canadians turn to the Canadian Turkey website and online bloggers for simple and trusted information. This year, TFC continued to engage the blogger community to help spread the word about the positive attributes of turkey, and TFC implemented three campaigns with food bloggers. The social media campaigns held prior to Thanksgiving and Christmas involved bloggers across Canada and utilized the hashtags: #CdnTradition, #FestiveCdnTurkey and #TalkCDNTurkey.*

### #CdnTradition

During this campaign prior to Thanksgiving, TFC worked with 12 bloggers to share messages about the ease of preparation and perfect dinner solutions. The campaign resulted in 22M total impressions and 1K new social media channel members. In addition, there were 1K new visits to provide comments on the recipes, and 17K social media posts about Canadian turkey.

### #FestiveCdnTurkey

During this campaign launched in late November and during the course of eight weeks, 12 bloggers utilized #FestiveCdnTurkey to promote new recipes and tips for consumers, which included easy and impressive glazes, plated carved parts, stuffing and rubs. The campaign resulted in 31M total impressions and 825 new social media channel members. In addition, there were 1K new visits to provide recipe comments, and 31K social media posts about Canadian turkey.

### Food Bloggers of Canada

TFC was proud to sponsor the annual *Food Bloggers of Canada (FBC) Conference* in Toronto, ON on October 21<sup>st</sup>-23<sup>rd</sup>. As Canada's only national conference for food bloggers, the event provided a great opportunity to connect with consumer influencers.

In September, TFC with Food Bloggers cohosted a Twitter party. During the Twitter party, individuals utilized #TalkCDNTurkey and shared recipes, tips, advice and their love of Canadian turkey.





# ONGOING DIALOGUE AND FOCUS TO ADVANCE THE INDUSTRY

## Government Relations

*One of the important roles TFC plays is ensuring that government officials are a part of the ongoing dialogue on the advancements of the industry, global issues, and the opportunities to collaborate with farmers. Throughout the year, TFC reached out and met with key government officials to discuss issues of importance to the industry.*

### Examining International Market Access

TFC appeared before the Senate Standing Committee on Agriculture and Forestry. TFC Chair, Mark Davies, and Executive Director, Phil Boyd, appeared as witnesses on February 14<sup>th</sup> regarding the Committee's ongoing study on international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector.

The meeting marked TFC's second appearance on the study on international market access, and the second for representatives from Chicken Farmers of Canada (CFC) and Egg Farmers of Canada (EFC), who were also called as witnesses. At the Committee's request, presentations focused largely on the Trans-Pacific Partnership (TPP) and the impact the agreement would have on the Canadian turkey, chicken and egg industries, respectively.

TFC and the other poultry groups used the opportunity to detail the lost production and income that supply managed farmers would face under the TPP agreement, and to stress the importance of appropriate compensation and mitigation measures, including the resolution of a number of long-standing issues related to border measures and Tariff Rate Quota (TRQ) circumvention.

### Providing Input on the Next APF

On November 3<sup>rd</sup>, Mark Davies, Chair and Phil Boyd, Executive Director, TFC appeared before the Standing Committee on Agriculture and Agri-Food to provide feedback on the study of the Next Agricultural Policy Framework. The comments from TFC focused on three areas, including research and innovation; the link between agriculture/agri-food and the public; and, the importance of value-added growth. "...The strengthening of science, research, and innovation capacity is needed, and the need to address it is not without urgency," said Davies. "The second piece is the supporting of research activities that require sustained commitment."

"As we're all aware, the agriculture and agri-food sector is facing a challenge as well as an opportunity, as the public and consumers rightfully want to know more about production of the food they consume and the consequences of food production and processing on our national resources and our environment," Davies continued as he examined the opportunity to bridge consumer understanding of science-based innovation. "We would support an integrated approach between governments and industry in terms of reinforcing confidence and building trust, as per the Calgary statement, but this has to include consistency of standards' applications on product coming into the Canadian market."

TFC also examined the value-added segment of the market. "The value-added activity is strong, and farmers are meeting the needs of the sector through a flexible and market-driven approach to setting our turkey supply," said Davies. "We have also developed and implemented programs that focus on food safety and flock care. Both are important to customers and consumers. These should include an emphasis on value-adding in the next policy framework and they are of high importance to our farmers..."



### Farmers Met with MPs and Senators at the Joint Annual Poultry Reception in Ottawa

TFC, the Canadian poultry farmers and industry partners met with federal Members of Parliament, Senators and government staffers in Ottawa. The annual reception helped raise awareness about supply management, and highlighted how the Canadian poultry industry contributes to the Canadian economy and local communities.



"We take great pride in the fact that we produce some of the best poultry and eggs in the world", said TFC Chair, Mark Davies. "This reception provides a terrific opportunity to showcase our industries and talk to decision makers about how supply management keeps our farms strong and allows us to invest in a number of worthy Canadian causes."

"Poultry farmers make a tremendous contribution to Canada's economy," said Minister MacAulay, "and I know how hard you work to bring consumers healthy, high-quality products each and every day." On the subject of trade, the Minister committed to continuing to advance all Canadian agricultural interests. "Regarding tariff circumvention, [we] recognize the importance of import controls for supply managed products, and will continue to work on anti-circumvention measures."

### Opening the Door to A Dialogue with Municipal Leaders

Turkey Farmers are active members of their local community, which is why for the fourth year, TFC looked to engage the Federation of Canadian Municipalities (FCM) during their Annual Conference and Trade Show on June 2<sup>nd</sup>-5<sup>th</sup>, 2016.

During the course of the Annual Conference, TFC, Egg Farmers of Canada, Chicken Farmers of Canada and the Canadian Hatching Egg Producers provided an industry-themed booth and kiosk and a "study tour" to a local chicken farm. Delegates learned how fresh, high-quality food contributes to its community. The FCM event gathered more than 1,800 senior municipal officials from across the country each year, representing more than 2,000 Canadian municipalities.

In alignment with this year's theme, *Municipalities: The Heart of Canada*, participating farmers and industry representatives used one-on-one, in-depth conversations with municipal leaders to showcase how Canada's supply-managed farmers contribute to the vibrancy of communities across the country, and are connected in a way that allows the sector to contribute in a unique way to Canada's future.





# ENSURING A STRONG FOOD SAFETY AND ANIMAL CARE SYSTEM

## Science and Research

*Canadian turkey farmers take great care to ensure the humane treatment of their turkeys, while providing safe, high-quality food to consumers. Canadian standards for food safety and security are among the best in the world and, in 2016, the Canadian turkey industry continued to enhance its programs, standards and practices to ensure turkey farms continue to be on the leading edge of production with respect to food safety, quality and animal care.*

### TFC On-Farm Programs

Implementation of the TFC On-Farm Food Safety Program® (OFFSP) and Flock Care Program® (FCP) further advanced over the course of 2016. The programs have become mandatory across all provinces and, by December 2016, **96** per cent of registered turkey farmers had been certified under the TFC OFFSP and **94** per cent under the FCP.

TFC continues to carry out internal reviews of the On-Farm Programs and their management system to ensure that both manuals remain up-to-date with respect to current science, on-farm practices and Canadian Food Inspection Agency (CFIA) Technical Review requirements. The reviews focused on the biosecurity provisions of the TFC OFFSP and a comparison of the TFC FCP with the new Poultry Code of Practice. Recommended edits are being prepared and will be submitted to CFIA for approval, prior to being distributed to farmers and program administrators in 2017.

Additional activities related to the TFC On-Farm Programs included a two-day training session and group audit for 17 TFC On-Farm Programs auditors from across the country, held in November 2016 in Longueuil, Québec. Training included a combination of in-class sessions and an on-farm mock audit to assess the TFC OFFSP and FCP requirements in an actual farm setting. Witness audits of current on-farm auditors, and internal audits of two (2) provincial program administrators were also carried out in 2016 and will continue as required by the TFC management system.

### Full Government Recognition for the TFC On-Farm Food Safety Program® (OFFSP)

In June 2016, the TFC Board of Directors decided to move forward with the implementation assessment of the TFC On-Farm Food Safety Program® (OFFSP), which is the final step towards obtaining full government recognition under the CFIA On-Farm Food Safety Recognition Program.

The process entails a full system audit by a third-party audit service provider and subsequent review of the audit results by CFIA and participating federal, provincial and territorial (FPT) governments, to verify the effective implementation of the TFC OFFSP and its management system. The full system audit will encompass audits of all program administrators, including TFC, Provincial Turkey Marketing Boards, and on-farm auditors.

With full government recognition, TFC will be able to illustrate national consistency in terms of food safety practices and provide assurances and added credibility regarding the delivery of the TFC OFFSP. The process is aimed to be completed over the course of 2017. In order to cover the associated costs, TFC applied for funding from Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) under *Growing Forward 2*.





### Third-Party Audits for the TFC Flock Care Program®

TFC proceeded with third-party audits for the TFC Flock Care Program® (FCP) serving as verification of its implementation on-farm.

These audits are conducted, on a statistically valid random sample of turkey farms across all provinces, in addition to the annual audits required to maintain a farmer's certification under the TFC FCP. NSF Agricultural Certification Company (GFTC) has been retained to conduct the third-party audits on behalf of TFC. The process will commence in early 2017 and the first round of audits aimed to be completed by the end of April 2017.

Third-party audits are one of the five principles for flock care programs that were agreed to by the TFC Board of Directors in 2014. They include (1) national standards; (2) based on the Poultry Code of Practice; (3) mandatory implementation; (4) inclusion of third-party audits; and, (5) transparency of results.

### Poultry Code of Practice

In June 2016, the new *Code of Practice for the Care and Handling of Hatching Eggs, Breeders, Chickens and Turkeys* was published. The development of the updated Code was led by a 15-person Code Committee, comprised of poultry farmers, animal welfare and enforcement representatives, researchers, hatcheries, transporters, processors, veterinarians, and government representatives. TFC actively participated in the Code development process and will continue its involvement in the update of the Transport Code of Practice, which is aimed to be initiated in 2017.

### TFC Research Bulletin

TFC published the second edition of the TFC Research Bulletin in April. The Research Bulletin provides up-to-date information on current research being undertaken at Canadian institutions, TFC's research, and Canadian turkey researcher and student profiles. Recipients of the Research Bulletin include researchers, extension personnel and veterinarians, and anyone involved in the turkey industry with a research interest.

### Animal Care Assessment Framework

In November 2016, the TFC Board of Directors agreed to proceed with following the National Farm Animal Care Council (NFACC) Animal Care Assessment Framework (ACAF) to update the TFC Flock Care Program® (FCP) in order to meet the new Code of Practice. The ACAF process will involve a diverse range

of stakeholders in updating the TFC FCP. Its goal is to enhance the transparency, legitimacy and credibility of animal care programs. While the review of the TFC FCP is underway, turkey farmers have been encouraged to start incorporating the new Code of Practice provisions in their on-farm practices.

### TFC On-Farm Programs Portal Revamp

The TFC On-Farm Programs producer-only portal ([tfconfarmprograms.ca](http://tfconfarmprograms.ca)) is being revamped to enhance its content and functionality and make the site more useful for turkey farmers. This access-restricted portal houses the electronic versions of the TFC On-Farm Programs; an online library of Research Notes; Turkey Farming Info Sheets; and, related information on important farm and industry issues.

### On-Farm Euthanasia Initiatives

The manual on Practical Guidelines for On-Farm Euthanasia of Poultry, developed under the lead of the Poultry Industry Council (PIC) with participation of other industry groups, including TFC, was completed and made available to poultry farmers and industry members. This new resource identifies methods that are acceptable and unacceptable for various poultry species, and provides step-by-step instruction on how to properly carry out each method.

### Regulatory Modernization and Policy Initiatives

TFC continued its participation in consultations regarding a number of regulatory modernization and policy initiatives in 2016, including the renewal of the Feeds Regulations, Veterinary Drugs Regulatory Modernization, the review of the Hatchery Regulations, amendments to the Health of Animal Regulations, Food Labelling Modernization, and the development of a National Strategy for Animal and Plant Health. TFC welcomes CFIA's and Health Canada's efforts to streamline and update existing regulations and is committed to remaining engaged as the various initiatives advance further.



### Antimicrobial Use and Resistance

As part of its continued commitment to judicious medication use, TFC established a sector-wide working group to examine antimicrobial use in the turkey industry. Participants include turkey farmers, poultry veterinarians, pharmaceutical companies, academia, epidemiologists, and feed mill, hatchery and processor representatives. The goal of the working group is to provide direction for the development of a strategy for antimicrobial reduction in the turkey sector, with specific focus on the preventive use of antimicrobials of human importance. The group's first meeting took place in October 2016 to discuss plans for next steps, including determining data collection and research needs, setting reduction goals and associated timelines, and producer education.

TFC also continued to support the surveillance activities of the Canadian Integrated Program for Antimicrobial Resistance Surveillance (CIPARS). On-farm surveillance for turkey was initiated in British Columbia in 2013 and, in 2016, surveillance began in Ontario and Québec. The data generated from this on-farm surveillance will be an important guide to inform the turkey industry's antimicrobial use strategy.

### Canadian Poultry Research Council (CPRC)

The Poultry Science Cluster, co-funded between industry, provincial governments and Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), has completed the third year of its five-year research plan. The cluster is a \$5.6 million program with \$4 million from AAFC and the balance from industry and provincial governments. In addition, seven (7) projects were approved for funding in 2016 after an internal review by the CPRC Board and staff, and peer reviews based on the CPRC priority areas. Projects approved include investigations into avian influenza, and systems for reducing the need for antibiotics.

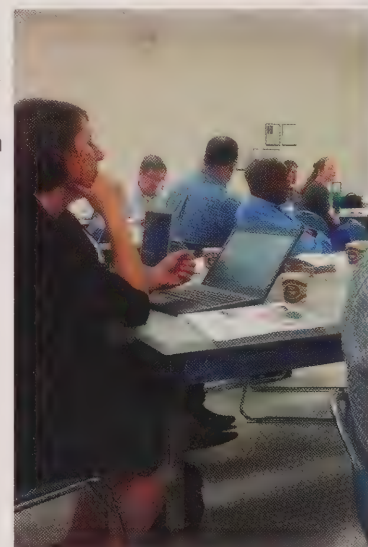
CPRC has begun a process to update the 2012 document, National Research Strategy for Canada's Poultry Sector, based on new priority areas and issues that have become important to the poultry industry. Target completion of the research strategy is early in 2017.

### Strategic Research Forum

On June 6-7, TFC hosted a Strategic Research Forum in Edmonton, Alberta. The goals of the forum were to strengthen established communication channels between the turkey industry and the research community and to create a cooperative foundation upon which future research needs and targets can be framed. The agenda included a tour of the University of Alberta Poultry Research Centre; a meet-and-greet; and, the Research Forum with researcher and graduate student presentations and a facilitated discussion.

A report outlining the outcomes of the Forum was developed and circulated to turkey industry stakeholders and poultry researchers. The TFC Research

Committee continues to work towards implementing the recommendations and next steps that emerged. The Forum was funded in part from a grant from the Alberta Livestock and Meat Agency (ALMA) and industry sponsors.





# MAINTAINING CANADA'S SUPPLY MANAGEMENT SYSTEM

## Trade

*International trade is of great importance to Canada and TFC continues to monitor and respond to trade activities to ensure that the three pillars of supply management, production planning, import controls and producer pricing, are not unintentionally compromised when the federal government proceeds with new and updated trade agreements.*

### World Trade Organization (WTO)

Following the successful achievements reached at the 10<sup>th</sup> Ministerial Conference held in Nairobi, Kenya in December 2015, WTO Members used 2016 to assess the way forward in advance of the next Ministerial Conference, which is scheduled for December 2017 (MC11), in Buenos Aires, Argentina.

With respect to agriculture, early in the year, six broad areas were identified by the Chair of the agriculture negotiations, New Zealand Ambassador Vangelis Vitalis, as requiring attention by the WTO Members in advance of the next ministerial conference. After 11 months of discussions and submissions by Member countries, all six areas for negotiation remain in play as the Members were not able to narrow them down. These negotiating areas include:

- domestic support (i.e. production distorting government subsidies) in agriculture in general and the cotton sector in particular;
- market access;
- improving transparency in the application of export restrictions;
- sanitary and phytosanitary measures; and,
- for developing countries, a special safeguard mechanism (SSM) and a permanent solution on public stockholding programs.

Although market access was not considered a high priority item early in 2016, recent discussions in November are indicating a shift in momentum with some WTO Members seeking an outcome on sensitive topics such as tariff overhang (i.e., the difference between bound and applied tariff rates), tariff escalation, tariff simplification, tariff peaks, limitations to tariff rate quotas and eliminating the special safeguard on agriculture (SSG).

Many of these market access issues have significant potential to impact supply management, making 2017 a very active year on the trade front for the turkey, chicken, egg, broiler hatching egg and dairy industries.

### Trans-Pacific Partnership (TPP)

On November 5, 2015, the Trans-Pacific Partnership (TPP) text was released to the public and on February 4, 2016, Canada and the other eleven TPP members signed the TPP Agreement in Auckland, New Zealand.

The agreement was framed to enter into force 60 days after all parties ratified it in their respective legislatures, or if all parties did not ratify it within two years of signature, for it to enter into force when six countries, two of which must be Japan and the United States, accounting for 85 per cent of combined GDP, ratified it.

However, in November, President-Elect Donald Trump announced that he would withdraw the U.S. from the multilateral TPP trade agreement upon taking office in January 2017. This effectively places the TPP agreement in limbo while the U.S. re-examines its trade relationships.

Based on other announcements from the President-Elect in 2016, the North American Free Trade Agreement (NAFTA), which includes Canada, the U.S. and Mexico, is one of those trading relationships to be re-examined.





## Canada-European Union: Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA)

On October 30, 2016, Prime Minister Justin Trudeau, Donald Tusk, President of the European Council, and Jean-Claude Juncker, President of the European Commission, signed the Canada-EU: Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) in Brussels. Implementing legislation, towards ratifying the agreement, was then tabled in the House of Commons on October 31, 2016. The domestic ratification process is expected to be completed in early 2017.

The agreement to implement is on a provisional basis, capturing all tariff reductions, import access quotas, services commitments, intellectual property rights, and government procurement obligations. Implementation of the full agreement, including aspects related to investment protection, investment dispute resolution; and, some elements of intellectual property, requires ratification by all 28 EU Member States, which may take up to two years.

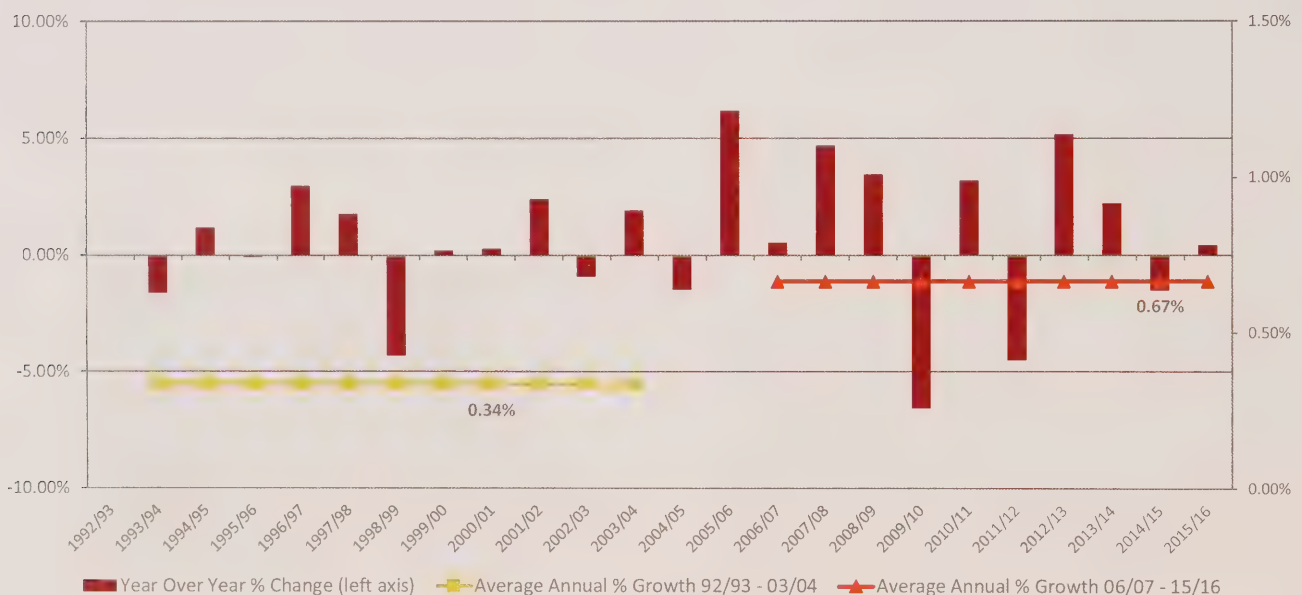
## Policy

### National Commercial Allocation Policy

The Agency administers four allocation policies: National Commercial Allocation Policy, Export Policy, Primary Breeder Policy and the Multiplier Breeder Policy.

In the fall of 2016 the TFC initiated a comprehensive review of the National Commercial Allocation Policy, which was implemented in 2006. An Allocation Policy Review Committee, composed of one representative from each Member organization was formed. This review is expected to extend through 2017 with regular updates provided to the TFC Directors. There is recognition by the Agency that the domestic turkey industry has changed over the last 10 years, in terms of structure, product offerings, consumer preferences and demand, and a formal technical review is needed to determine if any tweaking to the Policy is required accordingly.

### Domestic Disappearance Percent Change (YEAR-OVER-YEAR AND AVERAGE ANNUAL GROWTH)



Disappearance growth during the 10 years prior to the implementation of the current Allocation Policy averaged 0.34% per year; post implementation, the average growth rate is 0.67%.

The Agency has in place two allocation policies to allow the turkey breeding industry to market turkey meat from breeding stock on the domestic market, so that they can better engage in their core business of egg and poult sales in the domestic and international markets.

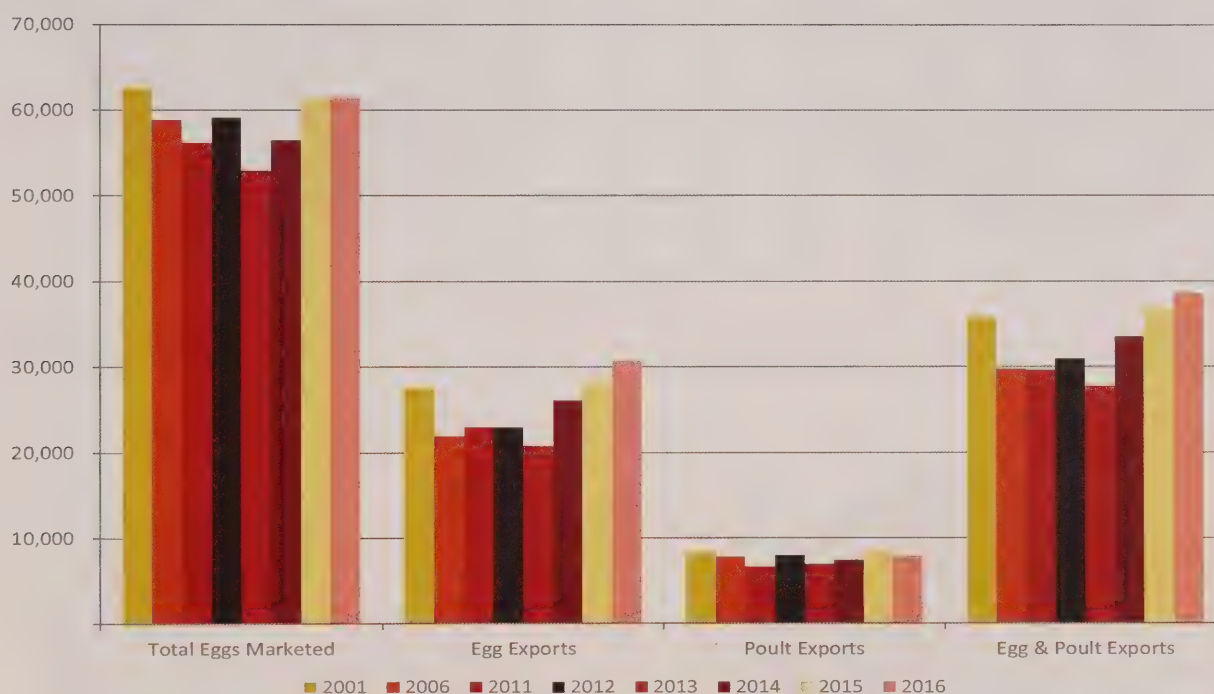
### Primary Breeder Policy

The Agency's Supply Policy Committee (SPC) began its review of the Primary Breeder Policy in the fall of 2016. Matters discussed to-date include, selection pressure faced by the industry, factors influencing selection, the manner in which allocations are utilized and the potential for new entrants. The SPC will resume its deliberations in 2017 with the intent to finalize any observations and recommendations by year-end.

### Multiplier Breeder Policy

There were no changes made to the TFC's Multiplier Breeder Policy in 2016 as a number of changes were implemented in 2015. The SPC did monitor the implementation of those changes for effectiveness and was satisfied with the additional reporting requirements added.

### Turkey Hatching Egg and Poult Statistics (FIGURES IN THOUSANDS ('000))



Source: Agriculture and Agri-Food Canada

### Export Policy

On the recommendation of the SPC, amendments were made to Section 2 (Production for Export Markets) of the TFC Export Policy. This section of the Policy allows for the issuance of conditional allocations to provinces where the production of turkey is required over and above a province's commercial turkey allocation for the purposes of an export market.

The amendments to this section of the Policy came into effect with the start of the 2016/17 control period. The purpose of the amendments was to add rigour to the Policy to ensure that such export activity occurred on a whole bird eviscerated equivalent basis and that any whole muscle cuts marketed had regulatory cover under the Quota Regulation.



# CANADA'S TURKEY INDUSTRY 2016

## MARKETS INFORMATION

### Domestic Disappearance

Domestic disappearance of turkey, which generally rises in tandem with population growth, has climbed from 123.1 Mkg in 1990 to 156.3 Mkg in 2016.

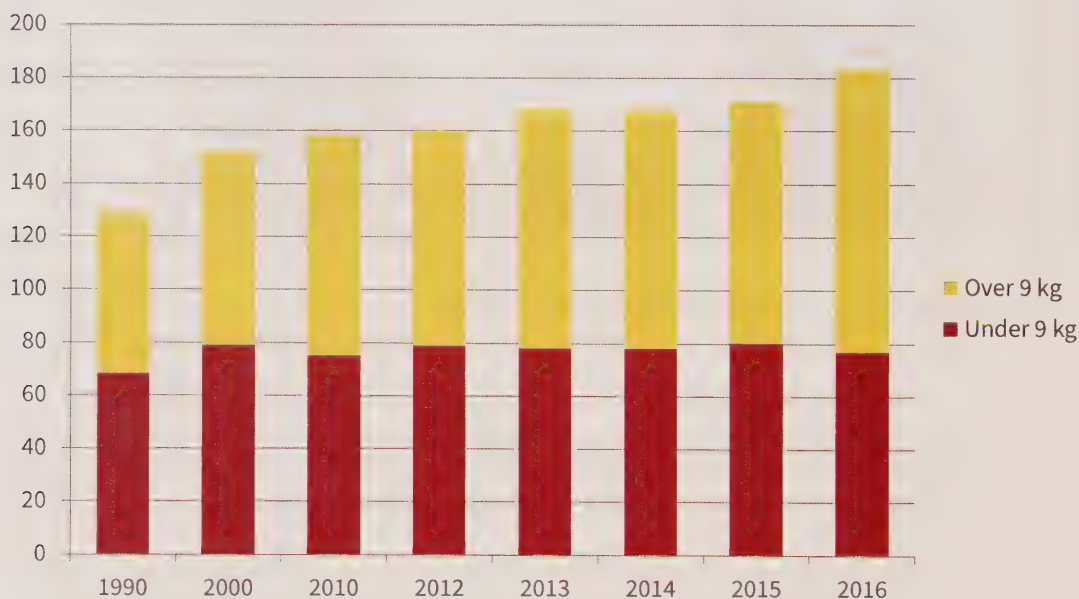
### Turkey Consumption

Per Capita Consumption of turkey was 4.29 kg in 2016, which is up slightly from 2015.

### Periodic Stocks, Supply and Disappearance of Turkey Meat in Canada (Calendar year, millions of kg (Mkg), eviscerated)

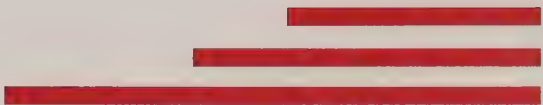
Calendar Year	1990	2000	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Opening Stocks	11.3	9.2	18.3	10.1	12.8	13.3	14.7	18.9
Production	128.2	151.8	158.1	160.2	168.1	167.6	171.0	183.2
Imports	3.2	3.6	3.8	5.3	4.4	2.6	2.7	3.1
Total Supply	142.8	164.6	180.2	175.6	185.3	183.6	188.4	205.2
Total Disappearance	128.4	150.2	168.2	162.8	172.0	168.9	169.5	182.0
Exports	5.3	19.3	22.7	21.1	24.1	21.9	19.2	25.7
Domestic Disappearance	123.1	130.9	145.6	141.8	147.9	147.0	150.3	156.3
Closing Stocks	14.3	14.4	12.0	12.8	13.3	14.7	18.9	23.3
Change in Stocks	3.0	5.2	-6.4	2.7	0.5	1.4	4.2	4.4
Per Capita Consumption (kg)	4.45	4.26	4.27	4.07	4.20	4.13	4.18	4.29

### Turkey Production (MKG, eviscerated)



Turkey production was 183.2 Mkg in 2016, up 12.2 Mkg from 2015 and 15.6 Mkg from 2014.

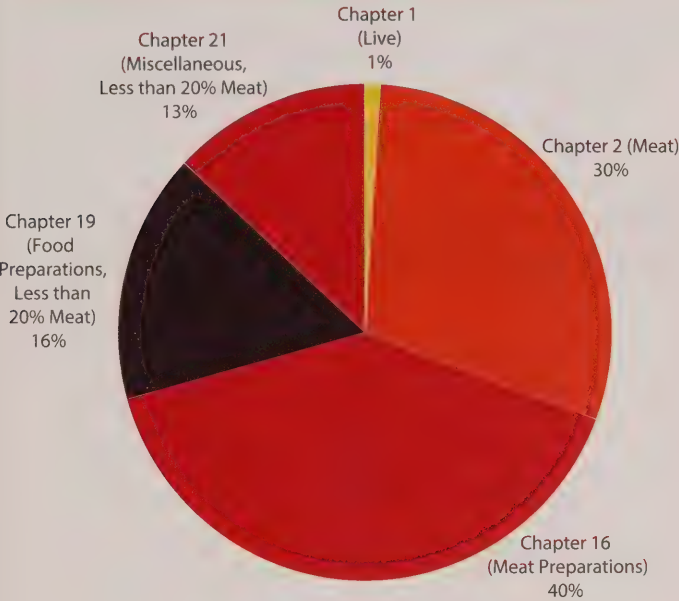
Since 2011, production has increased at an average annual rate of 2.9% per year, which is slightly higher than population growth.



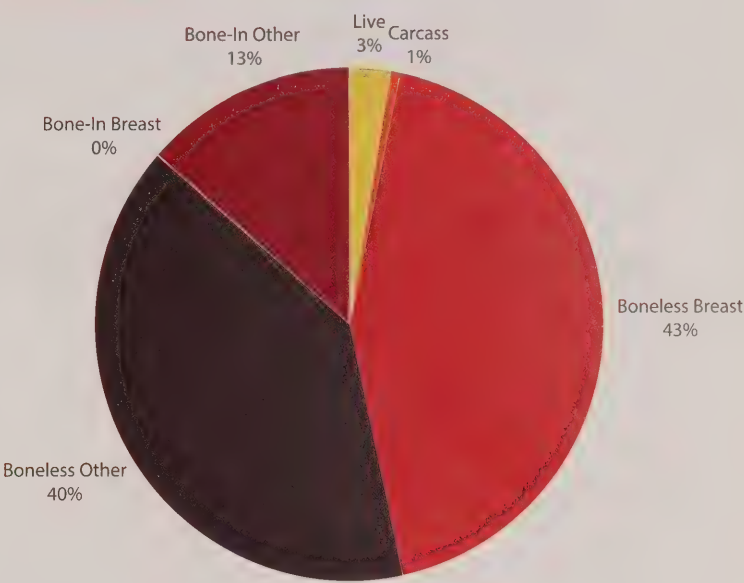
MARKETS INFORMATION

Total turkey imports were 7.8 Mkg (finished product weight) with further processed preparations representing 69% of the volume. In 2016, the TRQ import allocation for Canada was 5.7 Mkg and 96% of this was used by the end of the year with the majority of the TRQ imports, 83% consisted of higher value boneless meat products.

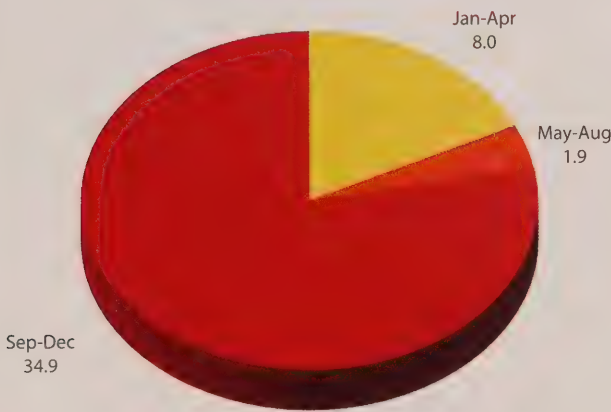
Imports by Harmonized System (HS) Chapter



TRQ Imports



Whole Bird Sales by 4-Month Periods (2016, Mkg)



Cut-Up & Further Processed Sales by 4-Month Periods (2016, Mkg)





## SALES

Sales of cut-up and further processed turkey products at retail increased from 10,101 Mkg in 1990 to 13,985 Mkg in 2016. The main ingredient in many of these products is breast meat, which drives the production of heavier turkeys.

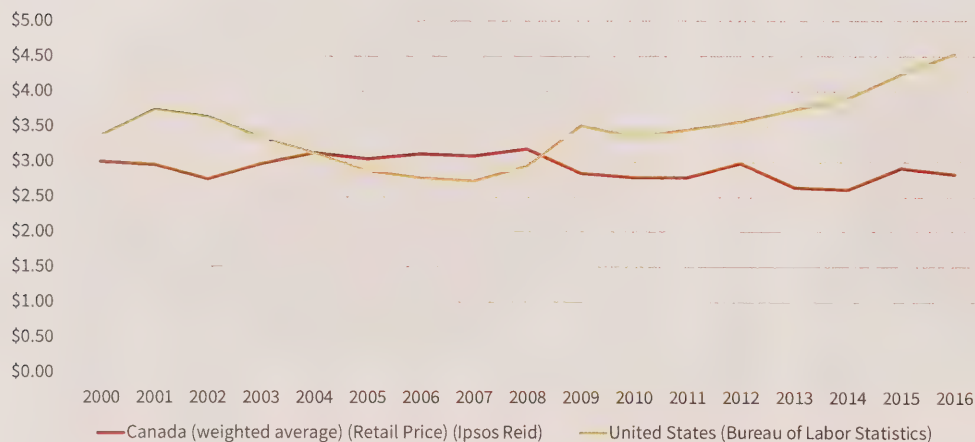
The value of these products at retail increased from \$77 million in 1990 to almost \$208 million in 2016. The average live price for turkey in 2016 was \$1.93/kg, which is down slightly from 2015 (\$1.96/kg) and 2014 (\$2.01/kg).

The domestic disappearance of turkey in four-month periods clearly shows the seasonal nature of the Canadian turkey market – Easter (March-April), Thanksgiving (September-October) and Christmas (November-December). Of the total 2016 domestic disappearance (156.3Mkg), 66% occurred in the 6 months that correspond to holiday markets.

### *Sales of Whole Turkeys, Cut-Up and Further Processed Products at Retail (Calendar year, millions of kg, eviscerated, does not include sales through foodservice channels)*

Calendar Year	1990	2000	2010	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Sales - Millions of kg</b>								
Whole Bird	51.8	54.4	61.4	53.0	52.2	51.7	44.5	44.8
Cut-Up & Further Processed	10.1	16.8	17.5	18.5	17.4	18.2	16.3	14.0
<b>Average Price/kg</b>								
Whole Bird	\$ 2.81	\$ 3.19	\$ 2.99	\$ 3.19	\$ 2.92	\$ 2.92	\$ 3.16	\$ 3.10
Cut-Up & Further Processed	\$ 7.62	\$ 9.95	\$ 13.24	\$ 13.17	\$ 13.36	\$ 13.05	\$ 14.65	\$ 14.85
<b>Sales - Millions of \$</b>								
Whole Bird	\$ 145.5	\$ 173.5	\$ 183.6	\$ 168.9	\$ 152.3	\$ 150.9	\$ 140.6	\$ 138.9
Cut-Up & Further Processed	\$ 77.0	\$ 166.7	\$ 232.1	\$ 243.4	\$ 232.2	\$ 237.3	\$ 239.5	\$ 207.7

### *Whole Frozen Turkey - Retail Price Comparison (in \$ CDN per KG)*



Canadians continue to fare comparably to consumers in the United States with respect to retail prices for whole turkeys purchased predominantly at Thanksgiving and Christmas.



# FINANCIAL STATEMENTS

**CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY C.O.B. TURKEY FARMERS OF CANADA**

For the year ended December 31, 2016

## **Contents**

<b>Independent Auditor's Report</b>	25
<b>Financial Statements</b>	
Statement of Financial Position	26
Statement of Operations	27
Statement of Changes in Net Assets	28
Statement of Cash Flows	29
Notes to Financial Statements	30-33
Schedule 1 - Administration Expenses	34
Schedule 2 - Marketing Expenses	35



# INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT

## To the Members of Canadian Turkey Marketing Agency c.o.b. Turkey Farmers of Canada

We have audited the accompanying financial statements of Canadian Turkey Marketing Agency c.o.b. Turkey Farmers of Canada, which comprise the statement of financial position as at December 31, 2016 and the statements of operations, changes in net assets and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

### Management's Responsibility for the Financial Statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

### Auditor's Responsibility

Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

### Opinion

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of Canadian Turkey Marketing Agency c.o.b. Turkey Farmers of Canada as at December 31, 2016 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations.

BDO Canada LLP

Chartered Professional Accountants, Licensed Public Accountants  
Mississauga, Ontario  
February 2, 2017

# TURKEY FARMERS OF CANADA

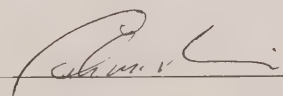
## Statement of Financial Position

December 31	2016	2015
<b>Assets</b>		
<b>Current</b>		
Cash	\$ 1,365,285	\$ 291,074
Investments (Note 2)	2,650,665	2,632,414
Accounts receivable (Note 3)	418,845	381,158
Prepaid expenses	77,019	72,147
	<b>4,511,814</b>	3,376,793
<b>Property and equipment (Note 4)</b>	<b>134,431</b>	128,628
	<b>\$ 4,646,245</b>	\$ 3,505,421
<b>Liabilities and Net Assets</b>		
<b>Current</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 77,336	\$ 157,905
Government remittances	52,438	48,309
	<b>129,774</b>	206,214
<b>Net assets</b>		
Internally restricted funds (Note 1)	3,272,123	2,539,345
Unrestricted fund	1,109,917	631,234
Funds invested in property and equipment	134,431	128,628
	<b>4,516,471</b>	3,299,207
	<b>\$ 4,646,245</b>	\$ 3,505,421

On behalf of the Board:



Mark Davies  
Chair



Calvin McBain  
Vice Chair

The accompanying notes are an integral part of these financial statements.



# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Statement of Operations

For the year ended December 31	2016	2015
<b>Revenue</b>		
Producer levies	\$ 4,017,423	\$ 3,381,544
Investment income	19,267	33,858
	<b>4,036,690</b>	<b>3,415,402</b>
<b>Expenses</b>		
Administration (Schedule 1)		
Other administrative	659,933	676,709
Remuneration to Directors and staff	1,191,690	1,236,664
Directors' and staff expenses	564,179	554,655
	<b>2,415,802</b>	<b>2,468,028</b>
Marketing (Schedule 2)		
Provincial marketing programs	400,001	400,001
Market development	212,633	199,383
Public relations and communications	399,310	385,133
	<b>1,011,944</b>	<b>984,517</b>
Special projects	97,043	665
	<b>3,524,789</b>	<b>3,453,210</b>
<b>Excess (deficiency) of revenue over expenses before other income</b>	<b>511,901</b>	<b>(37,808)</b>
<b>Other income (Note 8)</b>	<b>705,363</b>	<b>-</b>
<b>Excess (deficiency) of revenue over expenses for the year</b>	<b>\$ 1,217,264</b>	<b>\$ (37,808)</b>

The accompanying notes are an integral part of these financial statements.

# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Statement of Changes in Net Assets

For the year ended December 31, 2016

	Internally Restricted Funds	Unrestricted Fund	Funds Invested in Property and Equipment	2016 Total	2015 Total
Balance, beginning of year	\$ 2,539,345	\$ 631,234	\$ 128,628	\$ 3,299,207	\$ 3,337,015
Excess (deficiency) of revenue over expenses for the year	707,778	535,619	(26,133)	1,217,264	(37,808)
Appropriations	25,000	(25,000)	-	-	-
Transfer of funds to purchase property and equipment	-	(31,936)	31,936	-	-
Balance, end of year	\$ 3,272,123	\$ 1,109,917	\$ 134,431	\$ 4,516,471	\$ 3,299,207

The accompanying notes are an integral part of these financial statements.



# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Statement of Cash Flows

For the year ended December 31	2016	2015
Cash provided by (used in)		
Operating activities		
Excess (deficiency) of revenue over expenses for the year	\$ 1,217,264	\$ (37,808)
Adjustments required to reconcile excess (deficiency) of revenue over expenses with cash provided by operating activities		
Amortization of property and equipment	26,133	26,193
Changes in non-cash working capital balances		
Accounts receivable	(37,687)	(85,801)
Prepaid expenses	(4,872)	13,907
Accounts payable and accrued liabilities	(80,569)	3,393
Government remittances	4,129	12,426
	<b>1,124,398</b>	<b>(67,690)</b>
Investing activities		
Purchase of property and equipment	(31,936)	(29,520)
Purchase of investments	(18,251)	(32,976)
	<b>(50,187)</b>	<b>(62,496)</b>
Increase (decrease) in cash during the year	<b>1,074,211</b>	<b>(130,186)</b>
Cash, beginning of year	<b>291,074</b>	<b>421,260</b>
Cash, end of year	<b>\$ 1,365,285</b>	<b>\$ 291,074</b>

The accompanying notes are an integral part of these financial statements.

## Notes to Financial Statements

December 31, 2016

---

### 1. Nature of Operations and Summary of Significant Accounting Policies

#### Nature and Purpose of Agency

In fiscal 2009, the Agency adopted the name Canadian Turkey Marketing Agency c.o.b. Turkey Farmers of Canada ("TFC" or the "Agency"). TFC is a tax-exempt body corporate established under the *Farm Products Marketing Agencies Act* (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

As at March 26, 2009, the Canadian Turkey Marketing Agency operates under the name "Turkey Farmers of Canada."

#### Basis of Accounting

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations.

#### The Turkey Research and Resource Bureau

The Agency is deemed to control The Turkey Research and Resource Bureau ("TRRB") by virtue of TFC's right to appoint the eight provincial producer member Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of TRRB. TRRB is a not-for-profit organization established to facilitate turkey related research. The financial position reflects assets of \$398,774 (2015 - \$398,510), liabilities of \$396,948 (2015 - \$397,261), and net assets of \$1,826 (2015 - \$1,249). The results of operations of TRRB are total member contributions of \$1,400 (2015 - \$1,200), total expenses of \$823 (2015 - \$1,435), and surplus (deficiency) of contributions over expenses of \$577 (2015 - (\$235)). Cash inflows from operating activities is \$297 (2015 - \$65).

#### Property and Equipment

Property and equipment are stated at cost less accumulated amortization. Amortization based on the estimated useful life of the asset is calculated as follows:

Furniture and equipment	- 20% declining balance basis
Computer equipment	- 30% declining balance basis
Leasehold improvements	- straight line basis over ten years

#### Funds Invested in Property and Equipment

Funds Invested in Property and Equipment represent funds provided for the acquisition and financing of property and equipment. The financing of investments in property and equipment is transferred from the unrestricted fund on an annual basis. All amortization of property and equipment is charged to this account.



## Notes to Financial Statements

December 31, 2016

---

### 1. Nature of Operations and Summary of Significant Accounting Policies (continued)

#### Internally Restricted Funds

The Board of Directors has approved the restriction of a portion of the Agency's net assets as a contingency to cover six months of operations. The Board of Directors has proposed that this restricted amount will be \$2,216,000 (2015 - \$2,191,000), increasing to \$2,294,000 in 2017.

A special marketing fund was established in the year by the Board of Directors to segregate funds related to an arbitration award reached with Turkey Farmers of Ontario during the year. All other liquidated damages for the year and future liquidated damages will also be included in this fund. These funds are internally restricted and mandated by the Board of Directors to be used for incremental marketing expenses that promote the consumption of turkey meat in Canada. The balance in this fund is \$705,363 (2015 - \$Nil), see Note 8.

A research fund was previously established by the Board of Directors to accumulate funds for future research needs. The balance in this fund is \$330,760 (2015 - \$328,345).

An amount of \$20,000 for TFC's portion of reward monies, as a result of the 2004 product tamper incident, remains unchanged.

#### Revenue Recognition

Producer levies are accrued monthly based on the live weight of turkey production submitted by Agriculture and Agri-Food Canada.

Other income relates to amounts earned relative to an arbitration award and other liquidated damages during the year, see Note 8 for further details.

#### Financial Instruments

Financial instruments are recorded at fair value when acquired or issued. All investments have been designated to be in the fair value category, with gains and losses reported in operations. All other financial instruments are reported at cost or amortized cost less impairment, if applicable. Financial assets are tested for impairment when changes in circumstances indicate the asset could be impaired. Transaction costs on the acquisition, sale or issue of financial instruments are expensed for those items remeasured at fair value at each statement of financial position date and charged to the financial instrument for those measured at amortized cost.

#### Use of Estimates

The preparation of financial statements in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of the financial statements, and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. Actual results could differ from management's best estimates as additional information becomes available in the future.

# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Notes to Financial Statements

December 31, 2016

### 2. Investments

Investments totaling \$536,956 (2015 - \$565,766) consist of strip bonds guaranteed by the Government of Canada with interest rates ranging from 1.72 to 1.91% (2015 - 1.45 to 1.91%) that have maturity dates ranging from December 2017 to June 2018 (2015 - September 2016 to June 2018). Mutual funds held in RBC Investment Savings total \$2,113,709 (2015 - \$2,066,648).

### 3. Accounts Receivable

	2016		2015	
Producer levies	\$	417,855	\$	381,021
Miscellaneous accounts receivable		990		137
	\$	418,845	\$	381,158

### 4. Property and Equipment

	2016		2015	
	Cost	Accumulated Amortization	Cost	Accumulated Amortization
Furniture and equipment	\$ 132,795	\$ 108,385	\$ 132,795	\$ 102,282
Computer equipment	210,200	149,376	178,264	136,995
Leasehold improvements	176,809	127,612	176,809	119,963
	\$ 519,804	\$ 385,373	\$ 487,868	\$ 359,240
Net book value		\$ 134,431		\$ 128,628

### 5. Commitments

The minimum annual lease payments for rent, office equipment, automobile and funding commitments for the next five years are as follows:

2017	\$	266,774
2018		147,876
2019		98,323
2020		97,634
2021		89,212
	\$	699,819



## Notes to Financial Statements

December 31, 2016

### 6. Credit Facility

The Agency has a revolving demand facility of \$595,000 that is due on demand and bears interest at the bank's prime rate plus 1%. It is secured by all present and after acquired personal property of the Agency. As at December 31, 2016, this facility has not been used (2015 - \$Nil).

### 7. Capital Management

The Agency's capital consists of its net assets. The Agency's primary objective of capital management is to ensure that it has sufficient resources to continue to provide services to its members. Annual budgets are developed and monitored to ensure the Agency's capital is maintained at an appropriate level. The Agency is not subject to any externally imposed capital requirements. The Agency's restricted funds of \$3,272,123 (2015 - \$2,539,345) are subject to internally imposed capital restrictions.

### 8. Other Income

In 2016, an arbitration award between TFC and Turkey Farmers of Ontario resulted in a decision for liquidated damages of \$1,696,555 related to overmarketings over three control periods. The liquidated damages were received in full in the last quarter of 2016. The allocation of funds were distributed 40% to the Agency and 60% to the other seven Provincial Boards based on further processed reference percentage shares per the National Commercial Allocation Policy. The funds are to be used exclusively for the purpose of incremental marketing and promotion as determined by the Agency's Board of Directors. The liquidated damages were distributed as follows:

Organizations	Distribution
British Columbia Turkey Marketing Board	\$ 221,308
Alberta Turkey Producers	206,809
Turkey Farmers of Saskatchewan	55,100
Manitoba Turkey Producers	24,881
Les Éleveurs de volailles du Québec	415,490
Turkey Farmers of New Brunswick	52,120
Turkey Farmers of Nova Scotia	42,225
Turkey Farmers of Canada	678,622
	<hr/>
	\$ 1,696,555

Additional amounts received during the year relate to liquidated damages totaling \$26,741 (2015 - \$Nil).

# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Schedule 1 - Administration Expenses

For the year ended December 31

2016

2015

### Other administrative

Amortization	\$ 26,133	\$ 26,193
Audit	24,450	32,683
Contract projects and external consulting	107,686	28,871
Insurance	7,914	8,506
Legal and accounting	59,457	167,581
Office leases and supplies	41,336	33,732
OFFSP/Flock Care	52,792	7,390
Postage and courier	10,525	11,196
Rent, property tax and utilities	175,205	175,205
Sundry administration	1,001	816
Telephone	8,459	9,973
Trade consultations	43,607	76,643
Translation and interpretations	101,368	97,920
	<b>659,933</b>	<b>676,709</b>

### Remuneration to Directors and staff

Directors' fees	140,075	129,607
Employee benefits	159,474	176,071
Staff salaries	892,141	930,986
	<b>1,191,690</b>	<b>1,236,664</b>

### Directors' and staff expenses

Directors, Alternates and Board Managers' expenses	339,055	344,088
Meeting rooms	61,814	59,345
Staff expenses	162,261	150,173
Travel insurance	1,049	1,049
	<b>564,179</b>	<b>554,655</b>
	<b>\$ 2,415,802</b>	<b>\$ 2,468,028</b>



# TURKEY FARMERS OF CANADA

## Schedule 2 - Marketing Expenses

For the year ended December 31	2016	2015
<b>Provincial marketing programs</b>		
TFC provincial marketing supplement	\$ 400,001	\$ 400,001
<b>Market development</b>		
Canadian Poultry Research Council	40,500	37,700
Market research	85,083	84,158
Turkey research	87,050	77,525
	212,633	199,383
<b>Public relations and communications</b>		
Marketing and communications	213,500	203,632
Memberships	88,572	83,372
National sponsorships and promotions	79,250	74,686
Subscriptions	10,979	8,287
TFC publications	7,009	15,156
	399,310	385,133
	\$ 1,011,944	\$ 984,517

# LES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA

## Annexe 2 - Frais de commercialisation

Pour l'exercice terminé le 31 décembre		
2016	2015	
Programmes provinciaux de commercialisation		
Supplément pour les programmes provinciaux de commercialisation pour EDC	400 001 \$	400 001 \$
Expansion de marchés		
Conseil de recherches avicoles du Canada	40 500	37 700
Études de marché	85 083	84 158
Recherches sur le dindon	87 050	77 525
	212 633	199 383
Relations publiques et communications		
Commercialisation et communications	213 500	203 632
Cotisations	88 572	83 372
Commercialisation nationale et promotions	79 250	74 686
Abonnements	10 979	8 287
Publications d'EDC	7 009	15 156
	399 310	385 133
	1 011 944 \$	984 517 \$





# LES ÉLEVEURS DE DINDON

## DU CANADA

### Annexe 1 - Frais d'administration

Pour l'exercice terminé le 31 décembre		2016	2015
Autres frais d'administration			
Amortissement		26 133 \$	26 193 \$
Audit		24 450	32 683
Projets contractuels et conseils externes		107 686	28 871
Assurance		7 914	8 506
Services juridiques et comptables		59 457	167 581
Locations et fournitures de bureau		41 336	33 732
PSAF/Programme de soin des troupeaux		52 792	7 390
Affranchissement et messagerie		10 525	11 196
Loyer, taxes et services publics		175 205	175 205
Frais divers d'administration		1 001	816
Téléphone		8 459	9 973
Consultations relatives au commerce		43 607	76 643
Services de traduction et d'interprétation		101 368	97 920
659 933		676 709	
Rémunération des administrateurs et du personnel			
Honoraires des administrateurs		140 075	129 607
Avantages sociaux		159 474	176 071
Salaires du personnel		892 141	930 986
1 191 690		1 236 664	
Frais des administrateurs et du personnel			
Frais des administrateurs, suppléants et gérants		339 055	344 088
Salles de réunion		61 814	59 345
Frais du personnel		162 261	150 173
Assurance voyage		1 049	1 049
564 179		554 655	
2 415 802 \$		2 468 028 \$	

6. Facilité de crédit

L'Office dispose d'une facilité de crédit renouvelable au montant de 595 000 \$ dont le remboursement est exigible sur demande et qui porte intérêt au taux préférentiel plus 1 %. Cette facilité de crédit est garantie par tous les biens meubles actuels ou futurs de l'Office. Au 31 décembre 2016, la facilité était inutilisée (2015 - néant \$).

7. Gestion du capital

Le capital de l'Office est constitué de ses actifs nets. Le principal objectif de l'Office en matière de gestion du capital est de s'assurer qu'il dispose de ressources suffisantes pour poursuivre l'offre de services à ses membres. Les budgets annuels sont établis et surveillés afin de s'assurer que le capital de l'Office est maintenu à un niveau satisfaisant. L'Office n'est pas assujéti à des dispositions sur les besoins en capital imposées par l'extérieur. Les fonds affectés de l'Office s'élevant à 3 272 123 \$ (2015 - 2 539 345 \$) sont assujettis à des clauses restrictives concernant le capital imposées à l'interne.

8. Autres produits

En 2016, un arbitrage entre EDC et Turkey Farmers of Ontario a entraîné le versement de 1 696 555 \$ en dommages-intérêts pour la surévaluation des redevances de commercialisation au cours de trois périodes de contrôle. Les dommages-intérêts ont été reçus intégralement au cours du dernier trimestre de 2016. Les fonds ont été répartis à raison de 40 % pour l'Office et 60 % pour les sept organismes provinciaux, selon les quoteparts de référence en matière de seconde transformation prévues dans la Politique nationale sur l'allocation du contingent. Les fonds seront utilisés exclusivement dans les activités de commercialisation et de promotion supplémentaires, telles que déterminées par le conseil d'administration de l'Office. Les dommages-intérêts ont été répartis comme suit :

Organizations		Distribution
British Columbia Turkey Marketing Board	221 308 \$	
Alberta Turkey Producers	206 809	
Turkey Farmers of Saskatchewan	55 100	
Manitoba Turkey Producers	24 881	
Les Éleveurs de volailles du Québec	415 490	
Les Producteurs de dindons du Nouveau-Brunswick	52 120	
Turkey Farmers of Nova Scotia	42 225	
Turkey Farmers of Canada	678 622	
		1 696 555 \$

Les autres montants reçus au cours de l'exercice sont liés à des dommages-intérêts totalisant 26 741 \$ (2015 - néant \$).



Notes complémentaires aux états financiers

31 décembre 2016

2. Placements

Les placements s'élevant à 536 956 \$ (2015 - 565 766 \$) consistent en obligations à coupons détachés garanties par le gouvernement du Canada portant intérêt à des taux oscillant entre 1,72 % et 1,91 % (2015 - 1,45 % et 1,91 %) dont les échéances s'étaient entre décembre 2017 et juin 2018 (2015 - septembre 2016 et juin 2018). Les fonds communs de placement détenus dans les comptes d'épargne-placement RBC s'élevaient à 2 113 709 \$ (2015 - 2 066 648 \$).

3. Débiteurs

Redevances des producteurs

Recouvrable de divers comptes débiteurs

2016	2015
417 855 \$	381 021 \$
990	137
418 845 \$	381 158 \$

4. Immobilisations corporelles

Coût	Amortissement cumulé	Cost	Amortissement cumulé
132 795 \$	108 385 \$	132 795 \$	102 282 \$
210 200	149 376	178 264	136 995
176 809	127 612	176 809	119 963
519 804 \$	385 373 \$	487 868 \$	359 240 \$
\$	134 431	\$	128 628 \$

Valeur nette comptable

Améliorations locales

Matériel informatique

Mobilier et équipement

5. Engagements

Les paiements minimums annuels en vertu des contrats de location pour les locaux, le matériel de bureau, les véhicules et le financement pour les cinq prochains exercices s'établissent comme suit :

2017	2018	2019	2020	2021
266 774 \$	147 876	98 323	97 634	89 212
				699 819 \$

**1. Nature des activités et résumé des principales méthodes comptables (suite)**

**Fonds affectés à l'interne**

Le Conseil d'administration a approuvé le fait de réserver une partie de l'actif net de l'Office à titre d'éventualités pour couvrir une période d'exploitation de six mois. Le Conseil d'administration a proposé que ce montant affecté soit de 2 216 000 \$ (2015 2 191 000 \$), augmentant à 2 294 000 \$ en 2017.

Le Conseil d'administration a mis en place un fonds spécial de commercialisation pour séparer les fonds découlant d'un arbitrage avec Turkey Farmers of Ontario au cours de l'exercice. Ce fonds inclura également tous les autres dommages-intérêts de l'exercice, ainsi que tous les dommages-intérêts futurs. Affectés à l'interne, ces fonds sont réservés par le Conseil d'administration à des dépenses supplémentaires en commercialisation pour promouvoir la consommation de viande de dindon au Canada. Le solde de ce fonds s'élève à 705 363 \$ (2015 - néant \$); se reporter à la Note 8.

Un fonds de recherche a été créé par le Conseil d'administration afin d'accumuler les fonds nécessaires pour couvrir les besoins en recherche futurs. Le solde de ce fonds s'élève à 330 760 \$ (2015 - 328 345 \$).

La part de EDC dans le fonds de compensation découlant de l'incident de 2004 lié aux produits contaminés demeure inchangée à 20 000 \$.

**Comptabilisation des produits**

Les redevances des producteurs sont comptabilisées mensuellement d'après le poids vif de la production de dindon soumis par Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Les autres produits sont liés aux montants obtenus à la suite d'un arbitrage et à d'autres dommages-intérêts obtenus au cours de l'exercice; ces produits sont expliqués en détail à la Note 8.

**Instruments financiers**

Les instruments financiers sont comptabilisés à la juste valeur lorsqu'ils sont acquis ou émis. Tous les placements ont été désignés comme classés à la juste valeur, et les gains et les pertes sont passés en résultats. Tous les autres instruments financiers sont comptabilisés au coût ou au coût après amortissement moins la dépréciation, s'il y a lieu. Les actifs financiers font l'objet d'un test de dépréciation lorsque des changements de situation indiquent la possibilité d'une dépréciation de l'actif. Les coûts de transaction pour l'acquisition, la vente ou l'émission des instruments financiers sont passés en charges à chaque date de clôture de l'état de la situation financière lorsqu'ils sont réévalués à la juste valeur, et majorés à l'instrument financier lorsqu'ils sont évalués au coût après amortissement.

**Utilisation d'estimations**

La préparation des états financiers en conformité avec les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif exige que la direction établisse des estimations et des hypothèses qui ont une incidence sur les actifs et les passifs comptabilisés à la date des états financiers, et sur les produits et les charges comptabilisés durant les périodes considérées. Les résultats réels pourraient différer des estimations les plus probables de la direction au fur et à mesure que de l'information supplémentaire sera disponible.



1. Nature des activités et résumé des principales méthodes comptables

Nature et objectifs de l'organisme

En 2009, l'Office a changé de dénomination sociale pour l'Office canadien de commercialisation du dindon f.a.s.n. Les Éleveurs de dindon du Canada (« EDC » ou l'« Office »). EDC est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une industrie viable, efficace et concurrentielle pour la production et la commercialisation des dindons au Canada.

En date du 26 mars 2009, l'Office canadien de commercialisation du dindon opère sous le nom de Les Éleveurs de dindon du Canada.

Mode de présentation

Ces états financiers ont été préparés selon les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon

L'Office est réputé exercer son emprise sur le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (« BRRD ») parce qu'il a le droit de nommer les huit producteurs provinciaux siégeant au conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers du BRRD. Le BRRD est un organisme sans but lucratif créé pour favoriser la recherche sur le dindon. La situation financière reflète des actifs d'une valeur de 398 774 \$ (2015 - 398 510 \$), des passifs de 396 948 \$ (2015 - 397 261 \$) et des actifs nets de 1 826 \$ (2015 - 1 249 \$). Les résultats d'exploitation du BRRD consistent en des cotisations des membres s'élevant à 1 400 \$ (2015 - 1 200 \$), des charges totales de 823 \$ (2015 - 1 435 \$), et d'un excédent (insuffisance) des produits sur les charges de 577 \$ (2015 - (235 \$)). Les rentrées de fonds provenant des activités d'exploitation s'élèvent à 297 \$ (2015 - 65 \$).

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût moins l'amortissement cumulé. L'amortissement est calculé selon la durée de vie utile estimative des actifs comme suit :

Mobilier et équipement	- méthode de l'amortissement dégressif au taux de 20 %
Matériel informatique	- méthode de l'amortissement dégressif au taux de 30 %
Améliorations locatives	- méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans

Fonds investis dans des immobilisations corporelles

Les fonds investis dans des immobilisations corporelles représentent des fonds fournis pour l'acquisition et le financement des immobilisations corporelles. Les fonds nécessaires au financement des investissements dans les immobilisations corporelles sont transférés annuellement à partir du fonds non affecté. L'amortissement des immobilisations corporelles est imputé intégralement à ce compte.

# LES ÉLEVEURS DE DINDON

## DU CANADA

### État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 décembre

2016 2015

Trésorerie provenant des (utilisée par les)

Activités d'exploitation

Excédent (insuffisance) des produits sur les charges de l'exercice

1 217 264 \$

(37 808) \$

Ajustements nécessaires pour rapprocher l'excédent

(l'insuffisance) des produits sur les charges avec la trésorerie

provenant des activités d'exploitation

Amortissement des immobilisations corporelles

Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement

Débiteurs

Charges payées d'avance

Créditeurs et charges à payer

Remises gouvernementales

26 193

(37 687)

(85 801)

(4 872)

13 907

(80 569)

3 393

4 129

12 426

1 124 398

(67 690)

Activités d'investissement

Acquisition d'immobilisations corporelles

Acquisition de placements

Augmentation (diminution) de l'encaisse au cours de l'exercice

1 074 211

(130 186)

(50 187)

(62 496)

(18 251)

(32 976)

(31 936)

(29 520)

Encaisse, au début de l'exercice

291 074

421 260

Encaisse, à la fin de l'exercice

1 365 285 \$

291 074 \$

Les notes complémentaires font partie intégrante de ces états financiers.



# LES ÉLEVEURS DE DINDON

## DU CANADA

### État de l'évolution de l'actif net

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2016

	Fonds investis en immobilisations corporelles	Fonds affectés à l'interne	Fonds non affectés	Solde, au début de l'exercice	Excédent (insuffisance) des produits sur les charges de l'exercice	Affectations	Transfert de fonds nécessaires à l'acquisition d'immobilisations	Solde, à la fin de l'exercice
Total 2015	Total 2016			\$ 2 539 345	\$ 535 619	25 000	-	\$ 3 272 123
				\$ 631 234	(26 133)	(25 000)	(31 936)	\$ 1 109 917
				\$ 128 628	1 217 264	-	31 936	\$ 134 431
				\$ 3 299 207	(37 808)	-	-	\$ 4 516 471
				\$ 3 337 015				\$ 3 299 207

Les notes complémentaires font partie intégrante de ces états financiers.

# LES ÉLEVÉURS DE DINDON DU CANADA

## État des résultats

	2016	2015
Pour l'exercice terminé le 31 décembre		
Produits		
Redevances des producteurs	4 017 423 \$	3 381 544 \$
Revenus de placement	19 267	33 858
	4 036 690	3 415 402
Expenses		
Administration (Annexe 1)		
Autres frais d'administration	659 933	676 709
Rémunération des administrateurs et du personnel	1 191 690	1 236 664
Frais des administrateurs et du personnel	564 179	554 655
	2 415 802	2 468 028
Commercialisation (Annexe 2)		
Programmes provinciaux de commercialisation	400 001	400 001
Expansion de marchés	212 633	199 383
Relations publiques et communications	399 310	385 133
	1 011 944	984 517
Projets spéciaux	97 043	665
	3 524 789	3 453 210
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges avant les autres produits	511 901	(37 808)
Autres produits (Note 8)	705 363	-
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges de l'exercice	1 217 264 \$	(37 808) \$

Les notes complémentaires font partie intégrante de ces états financiers.



# LES ÉLEVEURS DE DINDON

## DU CANADA

### État de la situation financière

31 décembre

2016

2015

Actif		
Court terme		
Encaisse	1 365 285 \$	291 074 \$
Placements (Note 2)	2 650 665	2 632 414
Débiteurs (Note 3)	418 845	381 158
Charges payées d'avance	77 019	72 147
	<b>4 511 814</b>	<b>3 376 793</b>
Immobilisations corporelles (Note 4)	134 431	128 628
	<b>4 646 245 \$</b>	<b>3 505 421 \$</b>

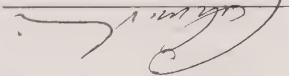
### Passif et actif net

Court terme		
Créditeurs et charges à payer	77 336 \$	157 905 \$
Remises gouvernementales	52 438	48 309
	<b>129 774</b>	<b>206 214</b>
Actif net		
Fonds affectés à l'interne (Note 1)	3 272 123	2 539 345
Fonds non affectés	1 109 917	631 234
Fonds investis en immobilisations	134 431	128 628
	<b>4 516 471</b>	<b>3 299 207</b>
	<b>4 646 245 \$</b>	<b>3 505 421 \$</b>

Au nom du conseil :



Mark Davies, président du conseil



Calvin McBain, vice-président du conseil

# RAPPORT DE L'AUDITEUR

## INDÉPENDANT

Aux membres de l'Office canadien de commercialisation du dindon f.a.s.n. Les Éleveurs de dindon du Canada

Nous avons effectué l'audit des états financiers ci-joints de l'Office canadien de commercialisation du dindon f.a.s.n. Les Éleveurs de dindon du Canada, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2016, et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

### Responsabilité de la direction pour les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

### Responsabilité de l'auditeur

Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux règles de déontologie et que nous planifions et réalisons l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

### Opinion

À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'Office canadien de commercialisation du dindon f.a.s.n. Les Éleveurs de dindon du Canada au 31 décembre 2016, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

BDO Canada LLP

Comptables agréés, Experts-comptables autorisés  
Mississauga, Ontario  
2 février 2017

# ÉTATS FINANCIERS

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON F.A.S.N. LES  
ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2016

## Table des matières

Rapport de l'auditeur indépendant	25
États financiers	
État de la situation financière	26
État des résultats	27
État de l'évolution de l'actif net	28
État des flux de trésorerie	29
Notes complémentaires aux états financiers	30-33
Annexe 1- Frais d'administration	34
Annexe 2 - Frais de commercialisation	35



## VENTES

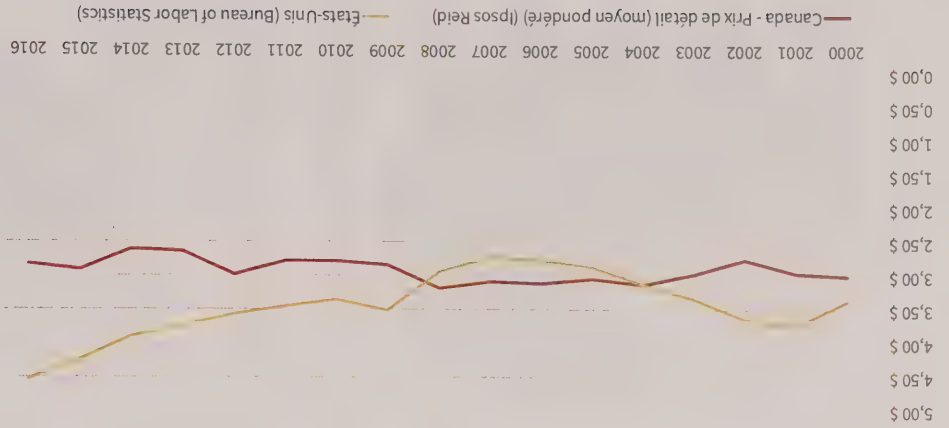
Les ventes de découpes et de produits surtransformés de dindon au détail ont augmenté de 10 101 Mkg en 1990 à 13 985 Mkg en 2016. Le principal ingrédient dans la plupart de ces produits est la viande de poitrine, ce qui pousse à la production de dindons plus lourds.

La valeur de ces produits au détail a augmenté de 77 millions de \$ en 1990 à près de 208 millions de \$ en 2016. Le prix vif moyen du dindon a été en 2016 de 1,93 \$/kg, en légère baisse par rapport à 2015 (1,96 \$/kg) et 2014 (2,01 \$/kg).

### Ventes de dindons entiers, de découpes et de produits surtransformés au détail (par année civile, en millions de kg éviscérés, à l'exclusion des ventes aux chaînes de services alimentaires)

Calendar Year	1990	2000	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Ventes en millions de kg	51,8	54,4	61,4	53,0	52,2	51,7	44,5	44,8
Oiseaux entiers								
Découpes et produits surtransformés	10,1	16,8	17,5	18,5	17,4	18,2	16,3	14,0
Prix moyen/kg								
Oiseaux entiers	2,81 \$	3,19 \$	2,99 \$	3,19 \$	2,92 \$	2,92 \$	3,16 \$	3,10 \$
Découpes et produits surtransformés	7,62 \$	9,95 \$	13,24 \$	13,17 \$	13,36 \$	13,05 \$	14,65 \$	14,85 \$
Ventes en millions de \$								
Oiseaux entiers	145,5 \$	173,5 \$	183,6 \$	168,9 \$	152,3 \$	150,9 \$	140,6 \$	138,9 \$
Découpes et produits surtransformés	77,0 \$	166,7 \$	232,1 \$	243,4 \$	232,2 \$	237,3 \$	239,5 \$	207,7 \$

### Dindons entiers congelés – Comparaison des prix de détail (en dollars canadiens par kg)



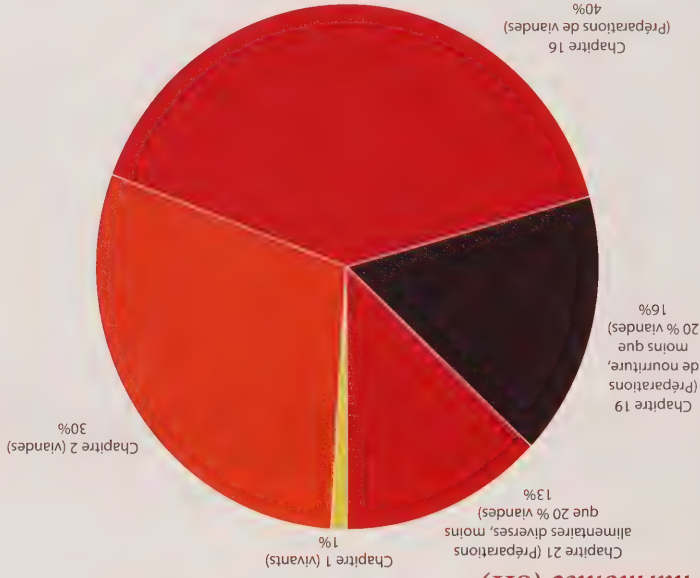
Les Canadiens continuent à connaître des conditions comparables à celles des consommateurs américains s'agissant des prix de détail des dindons entiers achetés surtout à l'Action de grâce et à Noël.

La consommation apparente intérieure de dindon des périodes de quatre mois montre clairement la nature saisonnière du marché canadien du dindon : Pâques (mars-avril), l'Action de grâce (septembre-octobre) et Noël (novembre-décembre). Sur la totale de 2016 (156,3 Mkg), 66 % a eu lieu dans les 6 mois qui correspondent aux marchés des fêtes.

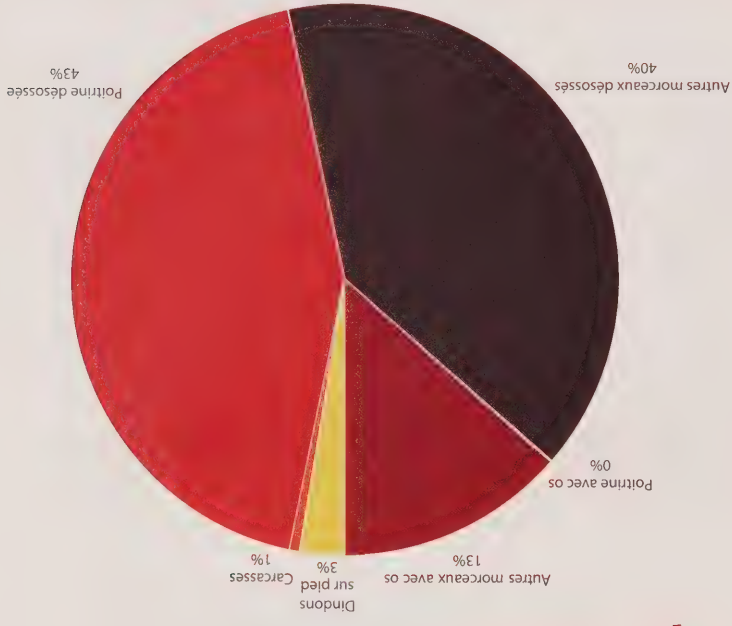
IMPORTATIONS

Les importations totales de dindon se sont élevées à 7,8 Mkg (en poids de produit fini) et les préparations de produits surtransformés ont représenté 69 % de ce volume. En 2016, l'allocation d'importation du CT pour le Canada était de 5,7 Mkg dont 96 % ont été utilisés avant la fin de l'année avec la majorité des importations de CT, et 83 % ont été des produits de viande désossée de plus grande valeur.

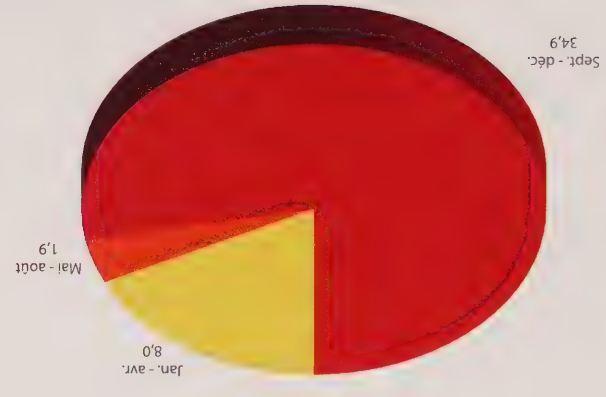
Chapitre sur les importations avec le système harmonisé (SH)



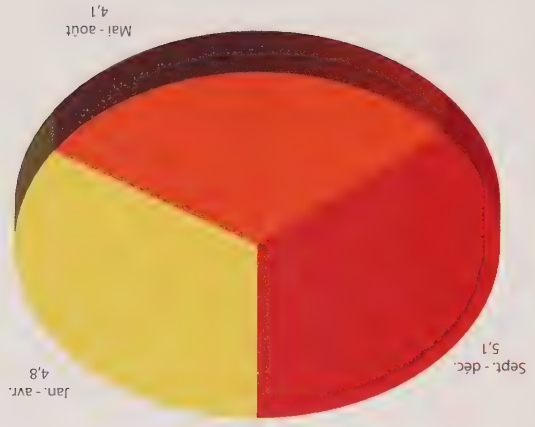
Importations de CT



Ventes d'oiseaux entiers par périodes de 4 mois (2016, Mkg)



Ventes de découpes et de produits surtransformés par périodes de 4 mois (2016, Mkg)



INFORMATION SUR LES MARCHÉS

La consommation apparente intérieure

La consommation apparente intérieure de dindon, qui progresse généralement avec la croissance démographique, est passée de 123,1 millions de kilogrammes (Mkg) en 1990 à 156,3 Mkg en 2016.

Consommation de dindon

La consommation par habitant (CPH) de dindon a été de 4,29 kg en 2016, en légère hausse par rapport à 2015.

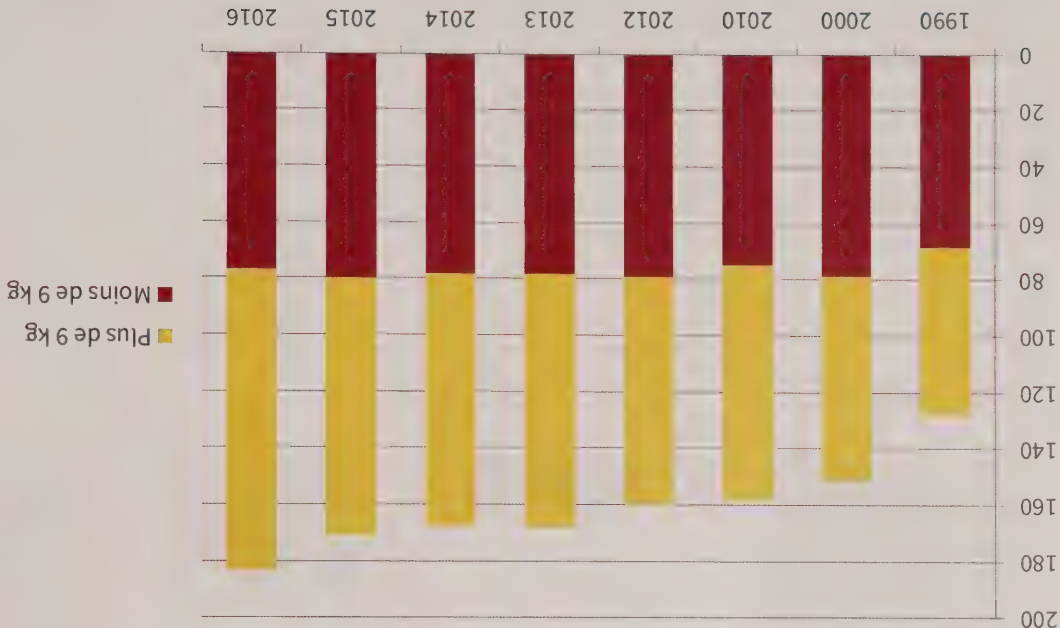
Stocks, offre et consommation apparente de viande de dindon au Canada

(en millions de kg éviscérés)

ANNEE CIVILE	1990	2000	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Stocks d'ouverture	11,3	9,2	18,3	10,1	12,8	13,3	14,7	18,9
Production	128,2	151,8	158,1	160,2	168,1	167,6	171,0	183,2
Importations	3,2	3,6	3,8	5,3	4,4	2,6	2,7	3,1
Offre totale	142,8	164,6	180,2	175,6	185,3	183,6	188,4	205,2
Consommation apparente totale	128,4	150,2	168,2	162,8	172,0	168,9	169,5	182,0
Exportations	5,3	19,3	22,7	21,1	24,1	21,9	19,2	25,7
Consommation apparente intérieure	123,1	130,9	145,6	141,8	147,9	147,0	150,3	156,3
Stocks de clôture	14,3	14,4	12,0	12,8	13,3	14,7	18,9	23,3
Evolution des stocks	3,0	5,2	-6,4	2,7	0,5	1,4	4,2	4,4
Consommation par habitant (en kg)	4,45	4,26	4,27	4,07	4,20	4,13	4,18	4,29

Production de dindon

(en millions de kg éviscérés)



La production de dindon s'est élevée à 183,2 Mkg en 2016, dépassant de 12,2 Mkg celle de 2015 et de 15,6 Mkg celle de 2014. Depuis 2011, la production a connu un taux annuel moyen de croissance de 2,9 %, légèrement supérieur à celui de la croissance de la population.



L'Office dispose de deux politiques d'allocation pour permettre à l'industrie de la reproduction des dindons de commercialiser la viande de dindon des troupeaux de reproducteurs sur le marché national afin qu'elle puisse mieux se concentrer sur ses activités principales de vente d'œufs et de dindonneaux sur les marchés intérieur et international.

### Politique de la reproduction primaire

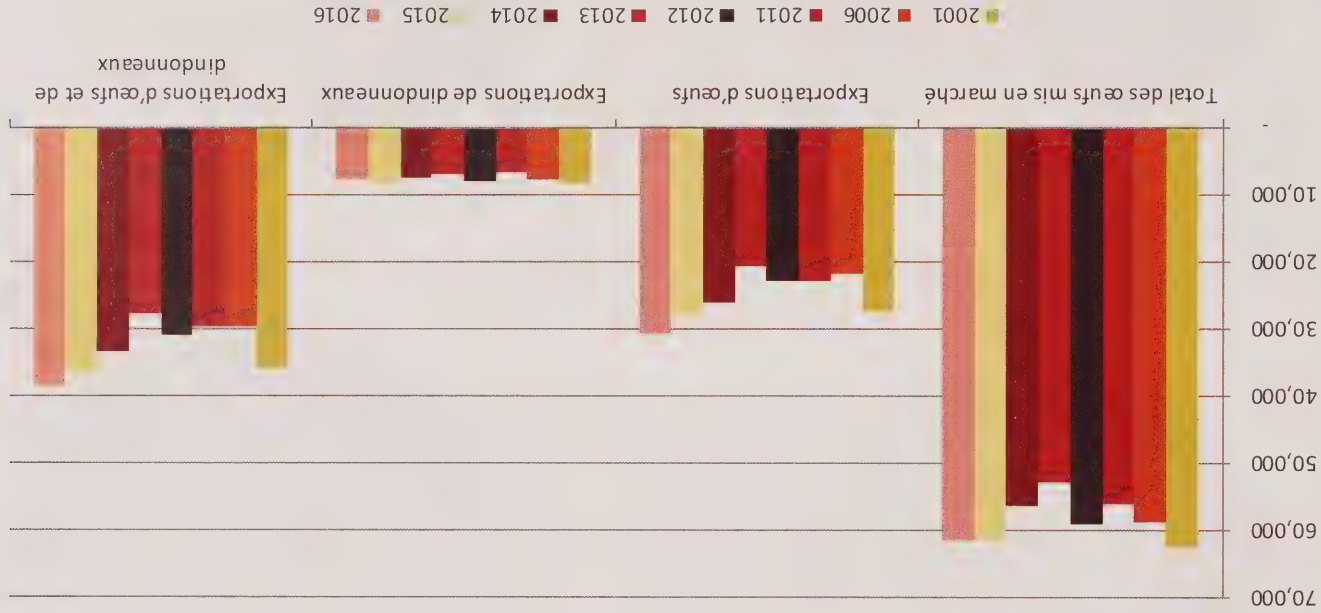
Le Comité des politiques d'approvisionnement (CPA) de l'Office a entamé l'examen de la Politique de la reproduction primaire à l'automne 2016. Les questions discutées jusqu'ici sont les pressions subies par l'industrie pour la sélection, les facteurs qui influencent la sélection, la façon dont les allocations sont utilisées et l'arrivée possible de nouvelles entreprises. Le CPA va reprendre ses délibérations en 2017 et espère avoir une série définitives d'observations et de recommandations à présenter d'ici la fin de l'année.

### Politique de la reproduction-multiplication

Aucun changement n'a été apporté à la Politique de la reproduction-multiplication des EDC en 2016 car plusieurs modifications ont été mises en œuvre en 2015. Le CPA a vérifié l'efficacité de la mise en œuvre de ces changements et est satisfait des exigences supplémentaires de déclaration.

## DONNÉES STATISTIQUES DES ŒUFS D'INCUBATION DE DINDON ET DES DINDONNEAUX

(CHIFFRES EN MILLIERS (000))



Source: Agriculture et Agroalimentaire Canada

### Politique d'exportation

Sur la recommandation du CPA, on a modifié l'article 2 (Production pour les marchés d'exportation) de la Politique d'exportation des EDC qui permet d'accorder des allocations conditionnelles aux provinces qui ont besoin de cette production de dindon, en plus de leur allocation commerciale, pour le marché des exportations.

Cette modification est entrée en vigueur au début de la période réglementaire 2016-2017. Elle a pour but de donner davantage de rigueur à la politique et de faire en sorte que ces activités d'exportation se produisent sur une base d'équivalents oiseaux entiers éviscérés et que tout muscle entier découpé qui est commercialisé soit couvert par le Règlement sur le contingentement.

**L'Accord économique et commercial global (AECG) Canada-Union européenne**

Le 30 octobre 2016, le premier ministre Justin Trudeau, Donald Tusk, président du Conseil de l'Europe, et Jean-Claude Juncker, président de la Commission européenne, ont signé l'Accord économique et commercial global (AECG) Canada-UE à Bruxelles. La législation de mise en application de l'accord, a ensuite été déposée à la Chambre des communes le 31 octobre 2016. Au Canada, le processus de ratification devrait être terminée en début 2017.

L'accord d'application est provisoire et couvre toutes les réductions, les contingents d'accès des importations, les engagements de services, les droits de propriété intellectuelle et les obligations des gouvernements en matière de marchés publics. La mise en œuvre intégrale de l'accord, comprenant les aspects relatifs à la protection des investissements, à la résolution des différends en matière d'investissements et à certains éléments de la propriété intellectuelle, exige la ratification par les 28 États membres de l'UE, ce qui pourrait prendre jusqu'à deux ans.

## Commerce

### Politique d'allocation commerciale nationale

L'Office administre quatre politiques d'allocation : la Politique d'allocation commerciale nationale, la Politique d'exportation, la Politique de la reproduction primaire et la Politique de la reproduction-multiplication.

Les EDC ont entrepris à l'automne 2016 un examen exhaustif de la Politique d'allocation commerciale nationale qui a été mise en œuvre en 2006. Un Comité d'examen de la politique d'allocation, composé d'un représentant de chacune des organisations membres, a été créé. Cet examen devrait se poursuivre tout au long de 2017 et s'accompagner de mises à jour régulières à l'intention des administrateurs des EDC. L'Office admet que l'industrie nationale du dindon a changé au cours des dix dernières années, tant pour ce qui est de sa structure, des produits offerts, et des préférences et de la demande des consommateurs, et qu'un examen technique officiel est nécessaire pour voir s'il faut modifier la politique.

### Différence en pourcentage de la consommation apparente intérieure (CROISSANCE D'UNE ANNÉE À L'AUTRE ET CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE)



La croissance de la consommation apparente des 10 années qui ont précédé la mise en œuvre de la politique d'allocation actuelle a été en moyenne de 0,34 % par an; après la mise en œuvre, le taux de croissance moyenne est passé à 0,67 %.

# LE MAINTIEN DU SYSTÈME DE GESTION DE L'OFFRE DU CANADA

## Politiques

*Le commerce international est très important pour le Canada et les EDC continuent à surveiller les activités commerciales et à y réagir afin de s'assurer que les trois piliers de la gestion de l'offre (planification de la production, contrôle des importations et établissement des prix par les producteurs) ne soient pas compromis par inadvertnance lorsque le gouvernement fédéral signe de nouveaux accords commerciaux ou actualise ceux qui existent.*

### L'Organisation mondiale du commerce (OMC)

Suite aux résultats obtenus à la 10e conférence ministérielle de Nairobi (Kenya) en décembre 2015, les membres de l'OMC ont essayé de voir en 2016 ce qu'il fallait faire avant la prochaine conférence ministérielle prévue en décembre 2017 (MC11) à Buenos Aires (Argentine).

Au chapitre de l'agriculture, l'ambassadeur de la Nouvelle-Zélande Vangelis Vitalis, président des négociations agricoles, a identifié au début de l'année six grands domaines dont les membres de l'OMC devront s'occuper avant la prochaine conférence ministérielle. Après onze mois de discussions et de propositions de la part des pays membres, les six domaines de négociation restent en jeu car les membres n'ont pas pu réduire leur nombre. Il s'agit des domaines suivants :

- le soutien interne (subventions gouvernementales qui faussent la production) de l'agriculture en général et du secteur du coton en particulier;
- l'accès aux marchés;
- l'amélioration de la transparence de l'application des restrictions à l'exportation;
- les mesures sanitaires et phytosanitaires;
- pour les pays en développement, un mécanisme de sauvegarde spéciale (MSS) et une solution permanente pour les programmes de stocks publics.

L'accès aux marchés n'était pas considéré comme une grande priorité au début de 2016, mais après les discussions récentes de novembre, il semble que l'élan se soit déplacé parce que certains membres de l'OMC souhaitent un résultat sur les sujets sensibles comme le dépassement tarifaire (c.-à-d. la différence entre les droits de douane consolidés et les tarifs en vigueur), la progressivité tarifaire, la simplification du régime tarifaire, les crêtes tarifaires, les limites des contingents tarifaires et l'élimination de la sauvegarde spéciale (SGS) pour l'agriculture.

La plupart de ces questions d'accès aux marchés peuvent avoir des répercussions importantes pour la gestion de



L'offre, ce qui fait que 2017 sera une année très active au plan du commerce pour les industries du dindon, du poulet, des œufs, des œufs d'incubation de poulet à chair et des produits laitiers.

### Le Partenariat transpacifique (PTP)

C'est le 5 novembre 2015 que le texte du Partenariat transpacifique (PTP) a été rendu public et le 5 février 2016 que le Canada et les onze autres membres du partenariat ont signé l'accord du PTP à Auckland (Nouvelle-Zélande). Il était prévu que l'accord entre en vigueur 60 jours après la ratification par toutes les parties dans leur assemblée législative respective, ou si toutes les parties ne le ratifiait pas, deux ans après la signature, pour qu'il entre en vigueur lorsque six pays, au nombre desquels devaient obligatoirement figurer le Japon et les États-Unis, représentaient à eux six 85 pour cent du PIB global, l'auraient ratifié.

Toutefois, en novembre, le président élu Donald Trump a annoncé qu'il retirerait les E.-U. de l'accord commercial multilatéral du PTP en entrant en fonction en janvier 2017, ce qui laisse en fait l'accord du PTP en suspens en attendant que les E.-U. réexaminent leurs relations commerciales.

D'après les autres annonces faites par le président élu en 2016, l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), conclu par le Canada, les E.-U. et le Mexique, est l'une des relations commerciales qui vont être réexaminées.



## Utilisation des antimicrobiens et résistance à ces substances

Dans le cadre de leur engagement continu pour l'utilisation judicieuse des médicaments, les EDC ont créé un Groupe de travail de tout le secteur, chargé de s'occuper de

l'utilisation des antimicrobiens dans l'industrie du dindon et composé d'éleveurs de dindon, de vétérinaires aviaires, de compagnies pharmaceutiques, d'universitaires,

d'épidémiologistes, et de représentants des meuneries, des couvoirs et des transformateurs. Le but de ce groupe de travail est de donner des orientations pour l'élaboration

d'une stratégie de réduction des antimicrobiens dans le secteur du dindon visant surtout l'utilisation préventive des antimicrobiens importants pour la santé humaine. La première réunion du groupe a eu lieu en octobre 2016 pour

discuter des projets concernant les prochaines étapes, notamment voir quels sont les besoins en matière de collecte de données et de recherche, fixer des objectifs de

réduction et les délais correspondants et prévoir l'éducation

des producteurs.

Les EDC ont aussi continué à soutenir les activités de surveillance du Programme intégré canadien de

surveillance de la résistance aux antimicrobiens (PICRA). Pour le dindon, la surveillance à la ferme a commencé en

Colombie-Britannique en 2013, et en Ontario et au Québec en 2016. Les données obtenues grâce à cette surveillance

à la ferme seront importantes pour orienter la stratégie d'utilisation des antimicrobiens de l'industrie du dindon.

## Conseil de recherches avicoles du Canada

Pour la grappe scientifique avicole, cofinancée par

l'industrie, les gouvernements provinciaux et Agriculture

et Agroalimentaire Canada (AAC), on a réalisé trois des cinq années du plan de recherche quinquennal. Il s'agit

d'un programme de 5,6 millions de dollars, 4 millions de dollars provenant d'AAC et le reste de l'industrie et

des gouvernements provinciaux. De plus, en 2016, le financement de sept (7) projets a été approuvé à la suite

de l'examen interne du Conseil d'administration et des permanents du CRAAC, puis de l'examen par des pairs tenant

compte des domaines prioritaires du CRAAC. Parmi les

projets approuvés figurent des investigations sur l'influenza aviaire et des systèmes pour rendre les antibiotiques moins

nécessaires.

chercheurs, et à établir une base en collaboration pour servir de cadre aux cibles et besoins futurs en matière de recherche. Au programme figuraient une visite du Centre de recherche avicole de l'Université de l'Alberta, une rencontre amicale et le Forum sur la recherche proprement dit avec des exposés de chercheurs et d'étudiants diplômés ainsi qu'une discussion dirigée.

## Forum sur la recherche stratégique

Les EDC ont organisé, les 6 et 7 juin 2016, un Forum sur la recherche stratégique à Edmonton (Alberta). Ce Forum

visait à renforcer les canaux de communication déjà en place entre l'industrie du dindon et la communauté des

chercheurs, et à établir une base en collaboration pour servir de cadre aux

cibles et besoins futurs en matière de recherche. Au programme figuraient

une visite du Centre de recherche avicole de l'Université de l'Alberta,

une rencontre amicale et le Forum sur la recherche proprement dit avec des

exposés de chercheurs et d'étudiants diplômés ainsi qu'une discussion dirigée.

Un rapport contenant les résultats du forum a été rédigé

et envoyé aux parties prenantes de l'industrie du dindon et aux chercheurs spécialisés en aviculture. Le Comité de

la recherche des EDC continue à s'efforcer de mettre en œuvre les recommandations et les étapes suivantes qui ont

découlé de cette rencontre. Le forum a été en partie financé

par la subvention de l'Alberta Livestock and Meat Agency (ALMA) et par les commanditaires de l'industrie.



## Audits tierce partie du Programme de soin des troupeaux®

### des EDC

Les EDC ont effectué des audits tierce partie de leur Programme de soin des troupeaux® (PST) qui tiennent lieu de vérification de sa mise en œuvre à la ferme. Ces audits sont réalisés sur un échantillon aléatoire statistiquement valide d'élevages de dindons de toutes les provinces, et s'ajoutent aux vérifications annuelles exigées pour que les producteurs conservent leur accréditation dans le cadre du PST des EDC. C'est la NSF Agricultural Certification Company (GFTC) qui a été retenue pour réaliser les audits tierce partie au nom des EDC. L'opération a débuté en décembre 2016 et la première série d'audits devrait être terminée d'ici la fin avril 2017.

Les audits tierce partie sont l'un des cinq principes des programmes de soin des troupeaux qui ont été acceptés par le Conseil d'administration des EDC en 2014. Voici ces principes : 1) des normes nationales; 2) reposant sur le Code de pratiques de la volaille; 3) mise en œuvre obligatoire; 4) inclusion d'audits tierce partie; 5) transparence des résultats.

### Code de pratiques de la volaille

Le nouveau Code de pratiques pour le soin et la manipulation des œufs d'incubation, des reproducteurs, des poulets et des dindons a été publié en juin 2016. L'élaboration du code actualisé a été pilotée par un comité de 15 personnes composé d'aviculteurs, de représentants d'organismes de défense du bien-être animal et d'application des lois, de chercheurs, de couvoirs, de transporteurs, de transformateurs, de vétérinaires et de représentants du gouvernement.

Les EDC ont activement participé à l'élaboration du code et continueront à s'impliquer dans l'actualisation du Code de pratiques du transport qui doit commencer en 2017.

### Bulletin de recherche des EDC

Les EDC ont publié la deuxième édition du Bulletin de recherche des EDC en avril. Ce bulletin contient des informations à jour sur les travaux en cours dans les établissements de recherche canadiens et sur ceux réalisés par les EDC, ainsi que des profils de chercheurs et d'étudiants canadiens spécialistes du dindon. Le Bulletin de recherche est envoyé aux chercheurs, aux vulgarisateurs et aux vétérinaires, ainsi qu'à tous ceux qui, dans l'industrie du dindon, s'intéressent à la recherche.

### Cadre d'évaluation des soins aux animaux

Le Conseil d'administration des EDC a approuvé en novembre 2016 qu'on suive le Cadre d'évaluation des soins aux animaux

### Réorganisation du portail des programmes à la ferme des EDC

(CESA) du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) pour actualiser le Programme de soin des troupeaux® (PST) des EDC en vue de respecter le nouveau code de pratiques. La démarche du CESA impliquera diverses parties prenantes pour l'actualisation du PST des EDC. Elle vise à améliorer la transparence, la légitimité et la crédibilité des programmes de soins aux animaux. Pendant que l'examen du PST des EDC est en cours, on encourage les producteurs à commencer à incorporer les dispositions du nouveau code dans leurs pratiques à la ferme.

### Initiatives de modernisation de la réglementation et des politiques

On a mis la dernière main au livret des Directives pratiques d'euthanasie à la ferme pour la volaille, conçu sous la direction du Poultry Industry Council (PIC) avec la participation d'autres groupes de l'industrie, dont les EDC, et on l'a mis à la disposition des aviculteurs et des membres de l'industrie. Cette nouvelle ressource contient les méthodes acceptables et inacceptables pour les diverses espèces de volailles ainsi que des instructions détaillées pour l'exécution appropriée de chaque méthode.

### Initiatives relatives à l'euthanasie à la ferme

Le portail des programmes à la ferme des EDC réservé aux producteurs (programmesalafermecedc.ca) a été réorganisé en vue d'améliorer son contenu et sa fonctionnalité, et de rendre le site plus utile aux producteurs de dindon. Ce site Web à accès réservé contient la version électronique des programmes à la ferme des EDC, une bibliothèque virtuelle des Fiches de recherche et des Fiches d'information pour l'élevage des dindons, ainsi que des renseignements connexes sur des questions importantes pour l'élevage et l'industrie.

### Initiatives de modernisation de la réglementation et des politiques

Les EDC ont continué à participer aux consultations sur plusieurs initiatives de modernisation de la réglementation et des politiques en 2016, notamment pour l'actualisation du Règlement sur les aliments du bétail, la modernisation de la réglementation des médicaments vétérinaires, l'examen du Règlement sur les couvoirs, la modification du Règlement sur la santé des animaux, la modernisation de l'étiquetage des aliments et l'élaboration de la Stratégie nationale pour la santé des animaux et des végétaux. Les EDC se félicitent des efforts de l'ACIA et de Santé Canada pour simplifier et actualiser les règlements en place et promettent de maintenir leur engagement tandis que ces diverses initiatives progressent.



# GARANTIR UN SYSTÈME SOLIDE DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS ET DE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

## Sciences et recherche

Les éleveurs canadiens de dindon s'efforcent au maximum de garantir le traitement sans cruauté de leurs dindons tout en offrant des aliments sains et de qualité aux consommateurs. Les normes canadiennes de salubrité et de sécurité des aliments sont parmi les meilleures du monde et, en 2016, l'industrie canadienne du dindon a continué à améliorer ses programmes, ses normes et ses pratiques pour faire en sorte que les exploitations restent à la fine pointe de la production s'agissant de la salubrité et de la qualité des aliments.

### Programmes à la ferme des EDC

La mise en œuvre du Programme de salubrité des aliments à la ferme® (PSAF) et du Programme de soin des troupeaux® (PST) des EDC a encore progressé en 2016. Ces programmes sont devenus obligatoires dans toutes les provinces et, en décembre 2016, **96** pour cent des éleveurs de dindon enregistrés étaient accrédités dans le cadre du PSAF des EDC et **94** pour cent dans celui du PST.

Les EDC continuent à procéder à des examens internes des programmes à la ferme et de leur système de gestion pour s'assurer que les deux manuels respectent toujours les données scientifiques et les pratiques à la ferme actuelles et répondent aux exigences de l'examen technique de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Ces examens ont permis de vérifier les dispositions de biosécurité du PSAF des EDC et de comparer le PST des EDC au nouveau Code de pratiques de la volaille. Nous sommes en train de préparer les révisions que nous recommandons pour les présenter à l'ACIA pour approbation, avant de les distribuer aux éleveurs et aux administrateurs des programmes en 2017.

Parmi les autres activités liées aux programmes à la ferme des EDC, une séance de formation de deux jours comprenant une vérification de groupe a été organisée en novembre 2016 à Longueuil (Québec) pour 17 vérificateurs des programmes à la ferme des EDC de tout le pays. Cette formation comportait des séances en salle de classe et une vérification simulée à la ferme pour évaluer les exigences du PSAF et du PST des EDC en situation réelle, dans une exploitation. En 2016, les vérifications-témoins des vérificateurs à la ferme actuels et un audit interne de deux (2) administrateurs provinciaux des programmes ont également été effectués, et on continuera à procéder aux examens exigés par le système de gestion des EDC.

**Pleine reconnaissance du Programme de salubrité des aliments à la ferme® (PSAF) des EDC par le gouvernement**

En juin 2016, le Conseil d'administration des EDC a décidé de procéder à l'évaluation de la mise en œuvre du Programme de salubrité des aliments à la ferme® (PSAF) des EDC, qui est la dernière étape en vue de l'obtention de la pleine reconnaissance par le gouvernement dans le cadre du Programme de reconnaissance de la salubrité des aliments à la ferme de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Cette démarche exige un audit de l'ensemble du système, réalisé par un fournisseur de services d'audit indépendant, et l'examen des résultats de l'audit par l'ACIA et les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux (FPT) participants, afin de vérifier l'efficacité de la mise en œuvre du PSAF des EDC et de son système de gestion. L'audit de l'ensemble du système comprend des audits de tous les administrateurs du programme, dont les EDC, les offices provinciaux de commercialisation du dindon et les vérificateurs à la ferme.

Avec la pleine reconnaissance du gouvernement, les EDC pourront prouver l'uniformité nationale des pratiques de salubrité des aliments, offrir des garanties et une plus grande crédibilité pour l'exécution du PSAF des EDC. L'opération devrait être terminée au cours de l'année 2017. Afin de couvrir ces frais supplémentaires, les EDC ont présenté une demande de financement à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) dans le cadre de *Cultivons l'avenir 2*.



## Entamer le dialogue avec les dirigeants municipaux

Les éleveurs de dindon sont membres actifs de leurs collectivités locales, c'est pourquoi les EDC ont cherché, pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, à engager la Fédération canadienne des municipalités (FCM) au cours de son congrès annuel et salon professionnel du 2 au 5 juin 2016.

Pendant le congrès annuel, les EDC, les Producteurs d'œufs du Canada, les Producteurs de poulet du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada ont proposé un kiosque sur le thème de l'industrie avicole et une 'visite éducative' d'un élevage local de poulets. Les délégués ont appris comment les aliments frais et de qualité contribuent à l'économie de leur collectivité. Cet événement de la FCM rassemble chaque année plus de 1 800 hauts responsables municipaux de tout le pays représentant plus de 2 000 municipalités canadiennes.

S'alignant sur le thème de cette année, Les

municipalités : Le cœur du Canada, les éleveurs et les représentants de l'industrie qui y ont participé ont profité des discussions individuelles approfondies pour montrer aux dirigeants municipaux comment les producteurs agricoles du Canada assujettis à la gestion de l'offre contribuent au dynamisme des localités de tout le pays et sont liés entre eux de façon à permettre au secteur de contribuer de manière unique à l'avenir du Canada.



**Les éleveurs rencontrent députés et sénateurs à la réception annuelle de l'aviculture à Ottawa**

Les EDC, les aviculteurs canadiens et leurs partenaires de l'industrie ont rencontré des députés, des sénateurs et de hauts fonctionnaires du gouvernement fédéral à Ottawa. La réception annuelle a contribué à sensibiliser à la gestion de l'offre et à montrer l'apport de l'industrie avicole canadienne à l'économie et aux collectivités locales du Canada.



« Nous sommes très fiers de produire des volailles et des œufs qui sont parmi les meilleurs du monde, a déclaré le président des EDC, Mark Davies. Cette réception nous donne une excellente occasion de mettre en valeur nos industries et d'indiquer aux décideurs comment la gestion de l'offre assure la solidité de nos exploitations et nous permet d'investir au Canada dans plusieurs causes louables. »

« Les éleveurs de volailles contribuent grandement à l'économie canadienne, a déclaré le ministre MacAulay, et je sais combien vous travaillez fort pour offrir en permanence aux consommateurs des produits sains et de qualité. » Sur la question du commerce, le ministre s'est engagé à continuer à défendre tous les intérêts agricoles canadiens. « S'agissant du contournement des règles tarifaires, [nous] reconnaissons l'importance de la réglementation des importations pour les produits contingents et nous continuerons à travailler en vue de mesures anti-contournement. »

# DIALOGUE PERMANENT AXÉ SUR LES PROGRÈS DE L'INDUSTRIE

## Pour engager le gouvernement

*L'un des rôles importants des EDC est de veiller à inclure les responsables du gouvernement dans le dialogue permanent sur les progrès de l'industrie, les questions mondiales et les occasions de collaboration avec les producteurs agricoles. Tout au long de l'année, les EDC ont contacté et rencontré les principaux responsables du gouvernement pour discuter des questions importantes pour l'industrie.*

« ...il est nécessaire de renforcer la capacité dans le domaine des sciences, de la recherche et de l'innovation, et de façon assez urgente, a déclaré M. Davies. Il est aussi nécessaire de soutenir les activités de recherche qui exigent un engagement durable. Il faut prêter attention à ces deux objectifs et les développer davantage tandis que Cultivons l'avenir 2 tire à sa fin et que le prochain cadre entre en jeu. »

« Comme nous le savons tous, le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire est confronté à la fois à un défi et à une occasion tandis que le public et les consommateurs veulent, à juste titre, en savoir davantage sur la production des aliments qu'ils consomment et sur les conséquences de la production et de la transformation alimentaires sur nos ressources et notre environnement nationaux, a poursuivi M. Davies en examinant les possibilités de faire mieux comprendre aux consommateurs l'innovation fondée scientifiquement. Nous sommes favorables à une démarche intégrée entre les gouvernements et l'industrie pour renforcer la confiance, comme le veut la Déclaration de Calgary, mais il faut aussi inclure l'application uniforme des normes aux produits qui entrent sur le marché canadien. »

Les EDC ont également abordé le segment de la valeur ajoutée du marché. « Les activités qui ajoutent de la valeur sont importantes et les éleveurs répondent aux besoins du secteur en adoptant une méthode souple et axée sur le marché pour fixer l'offre de dinde, a encore déclaré M. Davies. Nous avons aussi conçu et mis en œuvre des programmes de salubrité des aliments et de soin des troupeaux, deux questions essentielles pour les clients et les consommateurs. Mais il faudrait en outre insister sur la valeur ajoutée dans le prochain cadre stratégique car tout cela est très important pour nos éleveurs... »

**Examen de l'accès aux marchés internationaux**

Les EDC ont comparu devant le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts. Mark Davies, président, et Phil Boyd, directeur exécutif des EDC ont comparu comme témoins le 14 février 2016 au sujet de l'étude en cours du comité sur les priorités du secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux.

C'était la deuxième fois que les EDC comparaissaient pour cette étude, tout comme les représentants des Producteurs de poulet du Canada (PPC) et des Producteurs d'œufs du Canada (POC) qui avaient également été appelés à témoigner. Comme l'avait demandé le comité, les exposés ont surtout porté sur le Partenariat transpacifique (PTP) et sur l'impact de l'accord sur les industries du dinde, du poulet et des œufs.

Les EDC et les autres groupes avicoles ont saisi l'occasion pour préciser les pertes de production et de revenu que les producteurs contingents allaient subir sous le régime de l'accord du PTP, et pour insister sur l'importance de mesures adaptées d'indemnisation et d'atténuation, ainsi que sur la résolution de problèmes liés aux mesures frontalières et au contournement des contingents tarifaires (CT) qui existent de longue date.

**Avis sur le prochain cadre stratégique pour l'agriculture**

Le 3 novembre 2016, Mark Davies, président, et Phil Boyd, directeur exécutif des Éleveurs de dinde du Canada (EDC) ont comparu devant le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes pour donner leur avis sur l'étude sur le prochain cadre stratégique pour l'agriculture. Les commentateurs des EDC ont porté essentiellement sur trois domaines : la recherche et l'innovation, le lien entre l'agriculture/l'agroalimentaire et le public et l'importance de la croissance à valeur ajoutée.



## Campagnes des blogueurs culinaires

Les consommateurs d'aujourd'hui sont très occupés et recherchent toujours des idées, des conseils et des recettes pour se faciliter la tâche dans la cuisine et autour de la table, et profiter davantage de ces moments. Les Canadiens se tournent vers Dindon canadien et les blogueurs d'Internet pour obtenir des informations simples et fiables. Cette année, les EDC ont continué à engager des blogueurs locaux pour faire mieux connaître les attributs positifs du dindon. Au cours de l'année, les EDC ont organisé trois campagnes avec des blogueurs culinaires. Les campagnes dans les médias sociaux d'avant l'Action de grâce et Noël ont fait appel à des blogueurs de tout le Canada et ont utilisé les mots-clic : #Parlonsdindoncan, #TraditionCan et #Dindoncandefêtes.

### #TraditionCan

Pendant cette campagne d'avant l'Action de grâce, les EDC ont collaboré avec 12 blogueurs pour faire passer les messages sur la facilité de préparation et les solutions de repas du soir idéales. La campagne a donné lieu à 21 904 846 impressions au total et a attiré 1 137 nouveaux membres sur les canaux des médias sociaux. De plus, il y a eu 1 000 nouvelles visites pour commenter les recettes et 17 000 messages affichés dans les médias sociaux sur Dindon canadien.

### #Dindoncandefêtes

Pour cette campagne lancée fin novembre et qui a duré huit semaines, 12 blogueurs ont utilisé #Dindoncandefêtes pour transmettre aux consommateurs conseils et nouvelles recettes, dont des glaçages impressionnants mais faciles à réaliser, des morceaux découpés servis dans les assiettes, des farces et des mélanges à froter. La campagne a donné lieu à 31 000 000 impressions au total et a attiré 825 nouveaux membres sur les canaux des médias sociaux. Il y a eu 1 000 nouvelles visites pour commenter les recettes et 31 000 messages affichés dans les médias sociaux sur Dindon canadien.

### Food Bloggers of Canada

Les EDC sont heureux d'avoir commandité la conférence annuelle des Food Bloggers of Canada (FBC) du 21 au 23 octobre à Toronto ON. Étant donné que c'est la seule conférence nationale canadienne destinée aux blogueurs culinaires, l'événement est une excellente occasion pour entrer en relation avec des personnes qui influencent les consommateurs. En septembre, les EDC ont organisé, avec des blogueurs culinaires, une fête sur Twitter où on utilisait #Parlonsdindoncan pour partager des recettes, des trucs, des conseils et son amour du dindon canadien.





# PARTENARIATS POUR FOURNIR DU DINDON CANADIEN

Faire mieux connaître et accepter le dindon canadien représente une part importante des activités des EDC. En restaurant et en maintenant des partenariats avec des marques dans tout le marché de la consommation, les EDC contribuent à faire connaître aux consommateurs la facilité d'utilisation, la valeur nutritive et le bon goût du dindon. 2016 a été une année très excitante puisque l'Office a tablé sur le succès des partenariats précédents et a engagé de nouvelles organisations axées sur la consommation à faciliter le contact avec le marché canadien en pleine expansion.



## Partenariat avec la moutarde French's

En 2016, la marque *Dindon canadien* a été placée sur les t-shirts des employés des magasins pendant le lancement du programme des producteurs agricoles canadiens chez les détaillants.

## Partenariat avec Loblaw Real Canadian Superstore

*« S'approvisionner encore une fois en dindon canadien pour ce nouveau sandwich montre leur engagement continu envers l'agriculture canadienne. Nous sommes heureux de fournir le dindon pour ce sandwich spécial, poursuivant ainsi notre partenariat avec SUBWAY® et permettant aux Canadiens de soutenir les producteurs agricoles de notre pays. » Mark Davie, EDC président.*

À l'automne 2016, les EDC se sont associés aux restaurants SUBWAY® pour annoncer une nouvelle offre spéciale, d'une durée limitée, le sandwich à la dinde rôtie au four. Le lancement du sandwich de SUBWAY® a contribué à faire connaître l'engagement continu envers l'agriculture canadienne et a donné une autre occasion de rendre le dindon bien visible pour les consommateurs. Cette campagne a été épaulée par une campagne nationale de publicité à la télévision, à la radio et sur Internet et a été accompagnée d'une promotion en magasin du logo de Dindon canadien.

À la période de l'Action de grâce 2016, les EDC et la moutarde French's se sont encore une fois associés pour une promotion en magasin mettant en vedette le dindon et la moutarde du Canada. Plus de 1 400 magasins y ont pris part en installant des présentoirs. Ce partenariat a été l'occasion de vanter de délicieuses recettes et d'offrir des rabais ainsi qu'un coupon à envoyer pour recevoir un pot de moutarde gratuit. En plus du profil de la marque *Dindon canadien* dans les magasins, la promotion a également été annoncée dans la revue *Live Better* de Walmart et a été mentionnée dans de nombreuses activités des médias sociaux pour encourager à consulter le site Web de Dindon canadien.

# LE DINDON DE QUALITÉ SUPÉRIEURE, NUTRITIF ET DÉLICIEUX

Lancement de Dindon canadien – #FreshIdeas

Que ce soit pour la période des fêtes, un repas du dimanche soir ou un après-midi autour du barbecue, les éleveurs canadiens de dindon se font fort d'aider les Canadiens à choisir, cuisiner et déguster du dindon à n'importe quel moment de l'année. En 2016, les EDC ont eu le plaisir de présenter *Dindon canadien*, une toute nouvelle initiative de marque prévue pour faire connaître aux consommateurs la viande de dindon nutritive et de qualité supérieure que leur offre les éleveurs canadiens.

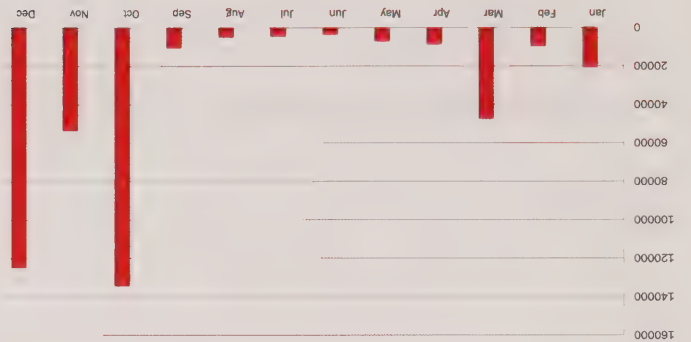
La marque *Dindon canadien* repose sur l'engagement de nos éleveurs envers le soin responsable des animaux et l'offre de viande, au goût savoureux et aux nombreux avantages nutritionnels, de dindon sain, de qualité, élevé au pays.

## Relations avec les consommateurs canadiens - Données statistiques du site Web

Pour fournir encore plus d'informations aux consommateurs, les EDC ont lancé un nouveau site Web, [dindoncanadien.ca](http://dindoncanadien.ca), qui contient un grand nombre de nouvelles recettes alléchantes, des conseils utiles et des liens vers les nouveaux sites Web des offices provinciaux.

**Pour les Canadiens qui veulent faire l'expérience de la polyvalence, du goût et des avantages nutritionnels du dindon, *dindoncanadien.ca* est la ressource idéale.**

## VISITES EN 2016 SUR LE SITE WEB DES CONSOMMATEURS



430 000 VISITES SUR LE SITE GRAND PUBLIC



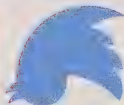
## Recours aux médias sociaux

Tout au long de 2016, les EDC ont utilisé les médias sociaux pour lancer la nouvelle marque Dindon canadien et ont collaboré avec des influenceurs d'Internet pour engager les consommateurs. En 2016, les EDC ont lancé un profil sur Instagram pour tâcher de rejoindre encore plus de Canadiens. Les médias sociaux continueront à être très importants tandis que les EDC adoptent de nouvelles façons originales d'engager les consommateurs.

3 395 nouveaux amis



1 099 nouveaux amis



640 nouveaux amis



445 nouveaux abonnés  
47 000 visionnements et 72 000 minutes de visionnements



609 nouveaux amis



97 MILLIONS IMPRESSIONS – TOUTS LES CANAUX DES MÉDIAS SOCIAUX



# CONTRIBUENT À RENDRE LE CANADA MEILLEUR

## Responsabilité sociale des organisations

Les ÉDC et leurs membres savent qu'ils ont la responsabilité de contribuer à renforcer les collectivités et les citoyens du Canada ainsi que le pays dans son ensemble.

**Don de plus de 60 000 \$ aux banques alimentaires de tout le Canada**

Thank you  
Turkey farmers

« Au nom de la St. Anthony and Area Food Sharing Association et de ses clients, nous vous sommes très reconnaissants de l'aide que vous nous avez apportée en finançant l'achat de dindons!... Transmettez nos remerciements aux éleveurs et au personnel de leurs organisations pour leur gentillesse et leur générosité! Encore une fois, merci de tout cœur! » Tom O'Reilly, St. Anthony & Area Food Sharing Association (Terre-Neuve-et-Labrador)

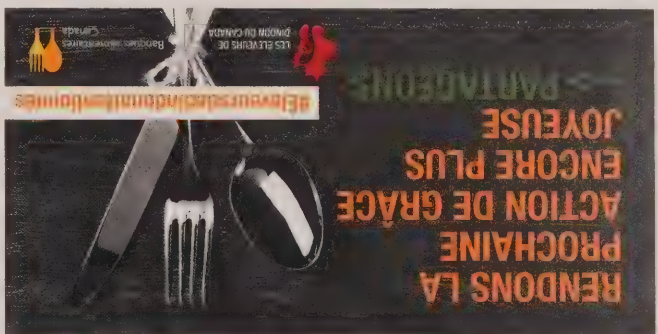
« La Banque alimentaire du district de Teulon tient à remercier les Éleveurs de dindon du Canada, auxquels se sont associés les producteurs de dindon de l'Alberta, du Nouveau-Brunswick, du Manitoba et de la Colombie-Britannique, pour leur très généreux don à la banque alimentaire de Teulon. Nous avons pu acheter du dindon haché pour le distribuer à toutes les familles qui fréquentent notre banque alimentaire. » Teulon District Food Bank (Manitoba)

« Au nom de la Fox Creek Food Bank, je tiens à vous dire MERCI pour le don en espèces qui nous a permis de distribuer des dindons aux clients de notre banque alimentaire à la période de l'Action de grâce. Ils ont été très appréciés. » Fox Creek Food Bank (Alberta)

« Nous avons acheté 45 dindons avec l'argent donné et avons été très heureux de pouvoir offrir à tant de familles une Action de grâce qui sortait de l'ordinaire. » Waterford and District Food Cupboard (Ontario)

En 2016, les ÉDC ont maintenu leur engagement à aider les Canadiens en faisant un don de plus de 50 000 \$ à Banques alimentaires Canada. Cette contribution a permis à Banques alimentaires Canada d'égayer les fêtes de l'Action de grâce et de Noël de nombreux Canadiens en aidant près de 100 banques alimentaires.

Les ÉDC et Banques alimentaires Canada se sont efforcés ensemble de mettre la population canadienne au défi de prendre part à la conversation. Outre le don de 50 000 \$, les ÉDC ont promis de donner 1 \$ de plus (jusqu'à concurrence de 3 000 \$) pour chaque partage ou retweet avec le mot-clic #Éleveursdedindonatattentionnés.



Cette année, les contributions du British Columbia Turkey Marketing Board, des Manitoba Turkey Producers et des Éleveurs de dindon du Nouveau-Brunswick se sont ajoutées au don des ÉDC; c'est ainsi qu'on a remis plus de 60 000 \$ à Banques alimentaires Canada.

**Au cours des huit dernières années, les ÉDC et leurs organisations membres ont fait don de plus de 450 000 \$ à Banques alimentaires Canada pour l'achat de dindons entiers et/ou de produits de dindon par les banques alimentaires rurales, à l'Action de grâce et pendant la période des fêtes de fin d'année.**





# MESSAGE DU DIRECTEUR EXÉCUTIF

Mes collègues et moi sommes heureux de présenter le rapport annuel 2016 aux membres des Éleveurs de dindon du Canada (EDC), aux membres du Conseil des produits agricoles du Canada et au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Dans ce rapport, nous signalons les activités et les opérations des EDC, et nous publions les états financiers audités détaillés de l'exercice clos le 31 décembre 2016.

Dans le rapport annuel 2016, nous passons en revue non seulement les jalons atteints tout au long de l'année, mais nous abordons aussi les défis à venir. L'un des grands jalons de 2016, comme vous pourrez le lire, a été le lancement du logo et du nouveau site Web Dindon canadien destiné aux consommateurs : **dindoncanadien.ca**. Le lancement de la nouvelle marque est une action déterminante en vue d'engager les consommateurs et de préparer le terrain pour d'autres rapprochements avec les consommateurs par la suite.

Pour clore le dossier de l'arbitrage EDC/TFO qui a eu lieu en janvier 2016 au sujet des mises en marché excédentaires de la province de l'Ontario, le groupe d'arbitrage a accordé aux EDC des dommages-intérêts de 1,7 million de dollars qui ont été partagés entre les EDC et les sept autres provinces membres, et cette somme doit être exclusivement employée pour le marketing et la promotion de la consommation des produits de dindon. Les initiatives, entreprises de concert ou en collaboration dans toutes les provinces avec les EDC, seront mises en œuvre tout au long de 2017. On pense qu'il y aura d'autres efforts de marketing durables dans tout le pays.

Au cours des réunions organisées en 2016 pour planifier les activités, les administrateurs se sont concentrés sur trois points stratégiques dans leurs délibérations : les relations avec les consommateurs; les sciences et la recherche; et les questions de chaîne de valeur. Mais cela ne veut pas dire que les trois autres points stratégiques, les opérations, la gouvernance et les communications de l'Agence, ne sont pas importants; cela signifie simplement que les priorités de 2016 et d'une partie de 2017 mettent davantage l'accent sur l'engagement des consommateurs selon des modes qu'ils jugent importants et sur le fait de veiller à ce que, lorsque la marque *Dindon canadien* sera devenue évidente pour les consommateurs, ils soient conscients de la valeur qu'elle offre.

En 2016, on a aussi mis l'accent sur la consolidation du système de contingentement, sur ses parties constitutives, et sur ses poids et contrepois afin de s'assurer que le système

fonctionne comme il se doit et de la façon prévue. Il en est découlé un examen des politiques des EDC qui contribuent à l'offre intérieure et la conception d'un ensemble complet de procédures visant à retracer les diverses sources de l'offre intérieure. De plus, pour la première fois depuis sa mise en œuvre, on a entrepris l'examen de la Politique d'allocation commerciale des EDC (tant les dispositions relatives aux oiseaux entiers que celles qui concernent la surtransformation).

Si l'année a été plus calme au plan du commerce, nous continuons à surveiller les diverses questions commerciales qui pourraient avoir des répercussions importantes sur le secteur du dindon. L'examen de l'impact possible ou prévu et la confirmation des positions prises par les EDC ces dernières années resteront essentiels pour les EDC en 2017.

L'article 21 de la Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA) est ainsi libellé :

ART 21. Un office a pour mission :

- a) de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits de dindon réglementés pour lesquels il est compétent, de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;
- b) de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés.

À tous égards, les centres d'intérêt de l'an dernier vont directement dans le sens de la mission ci-dessus. Nous serons donc heureux de continuer à progresser en nous concentrant, sur les instructions des membres, sur cette mission en 2017 et par la suite.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Le directeur exécutif,

Phil Boyd

# ADHÉSIONS ET PARTENARIATS

## PERSONNEL DES ÉDC

L'agriculture plus que jamais  
Association canadienne des surtransformateurs de volaille  
Canadian Farm Writers' Federation  
Coalition canadienne filière alimentaire pour la salubrité  
des aliments  
Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles  
Conseil de recherches avicoles du Canada  
Conseil des 4-H du Canada  
Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage  
Conseil national sur le bien-être et la santé des animaux  
d'élevage

Farm & Food Care Canada  
Fédération canadienne de l'agriculture  
National Turkey Federation (É.U.)  
Nutrient Rich Foods Alliance  
Partenariat canadien pour la salubrité des aliments  
Poultry Industry Council  
Restaurants Canada  
Temple canadien de la renommée agricole  
World's Poultry Science Association – Canada

**« Notre équipe s'engage à fournir aide et services aux membres des ÉDC, éleveurs de dindon et partenaires de l'industrie, et aux consommateurs de façon responsable et intégrée. Ensemble, nous nous efforçons d'être de fiers ambassadeurs de Dindon canadien. »**

**Phil Boyd**

Directeur exécutif

**Janice Height**

Directrice – Services des ÉDC

**Sateesh Ramkissoonsingh**

Directeur – Politiques et commerce

**John Sheldon**

Directeur – Information sur les marchés

**Mark Kotipelto**

Analyste principal des politiques

**Elise Mereweather**

Administratrice des politiques et des données

**Allyson Marcolini (mars 2016)/poste vacant**

Directrice - Communications avec les consommateurs

**Robin Redstone (août 2016)/Kristina Fixter**

Directrice – Communications des ÉDC

**Malenka Georgiou**

Directrice adjointe – Affaires techniques, programmes à

la ferme, vérification du bien-être de la volaille certifiée

**Caroline Gonano**

Directrice adjointe – Affaires techniques, Sciences et

réglementation, vérification du bien-être de la volaille

certifiée PAACO

**Mabel Seto**

Administratrice des finances

**Lorna Morris**

Administratrice des services à la direction

**Cathy Lane**

Administratrice des services des ÉDC

**Charles Akande**

Représentant des producteurs canadiens de lait, de

volaille et d'œufs à l'OMC à Genève (Suisse)



# COMITÉS ET NOMINATIONS

## Comité des politiques d'approvisionnement

- Mark Davies, président
- Brian Ricker, région de l'Est
- Calvin McBain, région de l'Est
- Shawn Heppell, région de l'Ouest
- Rachelle Brown, région de l'Ouest
- Doug Hart, représentant des transformateurs
- Ian Heskeith, représentant des transformateurs

## Comité d'expansion du marché du dindon

- Mark Davies, président
- Cameron Lavallee, producteur – région de l'Est
- Dion Wiebe, producteur – région de l'Ouest
- Wendy Harris, formatrice – région de l'Est
- Jason Wortzman, chef/transformateur – région de l'Ouest
- Helga Wheddon, Man.
- Cynthia Wiersma, Sask.
- Cara Prout, Alb.
- Michel Benoit, C.-B.

## NOMINATIONS

### Fédération canadienne de l'agriculture

- Mark Davies, administrateur
- Brian Ricker, administrateur suppléant

### Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage

- Tom Hayter (septembre 2016)/Lori Ansems

### Conseil de recherches avicoles du Canada

- Brian Ricker, administrateur des EDC

Nouveauté! En 2016, les EDC ont créé le Comité d'examen de la politique d'allocation :

- Mark Davies, président
- Bertin Cyr, N.-B.
- Steven Eadie, N.-E.
- Calvin McBain, Qc.
- Matt Steele, Ont.
- Helga Wheddon, Man.
- Jelmer Wiersma, Sask.
- Darren Ference, Alb.
- Michel Benoit, C.-B.
- Keith Hehn, ACSV
- Nicolas Paillat, CCTOV

## Comité des candidatures

- Doug Hart, président
- Jelmer Wiersma, administrateur
- Rachelle Brown, administratrice

## Comité de la vérification et des finances

- Calvin McBain, président
- Darren Ference, administrateur
- Doug Hart, administrateur

## Comité des gérants

- Sonya Lorette, N.-E.
- Louis Martin/Kevin Godin, N.-B.
- Pierre Fréchette / Martine Labonté, Qc.
- Janet Schilt/Ryan Brown, Ont.
- Helga Wheddon, Man.
- Cynthia Wiersma, Sask.
- Cara Prout, Alb.
- Michel Benoit, C.-B.

## Comité de la recherche

- Rachelle Brown, présidente
- Wayne Urbanas, CCTOV
- Brian Ricker, CRAC
- Steven Eadie, TFNS

## Comité consultatif sur le marché du dindon

- Sateesh Ramkissonnigh, président
- Nicolas Paillat, CCTOV
- Robert de Valk, ACSV
- John Sheldon, EDC
- John Groenewegen, analyste du marché indépendant

## Comité des programmes à la ferme

- Vic Redekop, C.-B., président
- Calvin McBain, Qc., président
- Joni Rynsburg, Sask.
- Matt Steele, Ont.
- Guy Jutras, Qc.
- Lori Ansems, N.-E.
- Wayne Urbanas, CCTOV

# COMITÉ EXÉCUTIF ET

## CONSEIL D'ADMINISTRATION



**MARK DAVIES**  
PRÉSIDENT

Nouvelle-Écosse



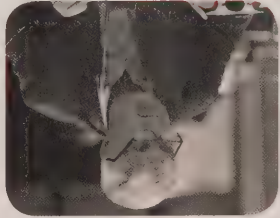
**GALVIN MCBAIN**  
VICE-PRÉSIDENT

Québec



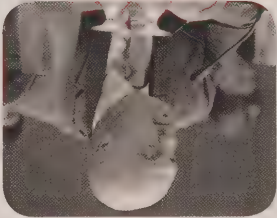
**RACHELLE BROWN**  
MEMBRE EXÉCUTIF

Manitoba



**VIC REDEKOP**

Colombie-Britannique



**DARREN FERENCE**

Alberta



**JELMER WIER SMA**

Saskatchewan



**BRIAN RICKER**

Ontario



**BERTIN CYR**

Nouveau-Brunswick



**DOUG HART**

Conseil canadien des  
transformateurs d'œufs et  
de volailles (CCTOV)



**MICHEL PÉPIN**

Conseil canadien des  
transformateurs d'œufs  
et de volailles (CCTOV)



**KEITH HEHN**

Association canadienne  
des surtransformateurs  
de volaille (ACSV)

### ADMINISTRATEURS SUPPLÉANTS

SHAWN HEPELL, COLOMBIE-BRITANNIQUE

TODD CLARKE, SASKATCHEWAN

STEVE HOFER, MANITOBA

MATT STEELE, ONTARIO

ANDRÉ BEAUDET, QUÉBEC

JOSHUA HAYES, NOUVEAU-BRUNSWICK

STEVEN EADIE, NOUVELLE-ÉCOSSE

MARC SPROULE, NOUVELLE-ÉCOSSE

WAYNE URBONAS, CCTOV

JAMIE FALGAO, CCTOV

ED MINER, ACSV





# MESSAGE DU PRÉSIDENT

**Les contacts sont au cœur de tout ce que nous faisons. En tant qu'industrie, l'agriculture est bâtie sur des fondations robustes de contact et d'engagement qui lui permettent de collaborer, de régler les problèmes et de préparer un avenir plus solide et plus brillant.**

Les Éleveurs de dindon du Canada (EDC) représentent 535 éleveurs en activité dans huit des provinces du Canada qui ont réalisé des recettes monétaires de près de 396 \$ millions de dollars en 2015. Nous sommes conscients de la production de notre industrie axée sur la valeur.

Au cours des cinq dernières années, la production agricole a progressé de 12 %, essentiellement du fait de la croissance de la production des activités à valeur ajoutée de 19 % pendant la même période. Notre industrie est solide et fière. L'industrie du dindon procure 14 000 emplois et, comme vous le verrez dans ce rapport annuel, elle apporte des activités économiques d'une valeur de 3,3 milliards de dollars par an. Tandis que la consommation et la demande de produits de dindon continuent de croître, nous pouvons avoir confiance dans la solidité de notre industrie.

L'année 2016 a révélé l'importance des liens forts et des engagements pris à cet égard. Ensemble, nous avons tâché de renforcer notre base solide qui repose sur la salubrité, l'accès, l'innovation et les partenariats. À l'avenir, l'engagement envers les connexions et la collaboration sera encore plus important tandis que nous efforcerons de relever de nouveaux défis et surtout de saisir les occasions plus nombreuses de mettre notre industrie en valeur et de la faire progresser.

Les éleveurs de dindon exercent leurs activités dans le cadre d'une structure de gestion de l'offre qu'ils considèrent comme un élément important de l'agriculture canadienne. Étant donné l'intérêt plus grand accordé au commerce international, il nous faut continuer à examiner les accords commerciaux pour comprendre leur effet possible sur notre système de gestion de l'offre.

Cette année, nous avons continué à suivre les activités commerciales en cours et à y réagir. Nous avons fait de gros efforts pour faire connaître les réalisations de notre industrie et les vastes avantages de la gestion de l'offre qui permet à nos éleveurs de faire profiter leurs fermes, leurs collectivités et au-delà. Nous avons poursuivi notre collaboration avec les autres organisations agricoles, et il nous faudra continuer à le faire, pour défendre avec force la gestion de l'offre.

Les EDC ont maintenu leurs efforts pour faire mieux connaître et accepter le dindon canadien par les consommateurs. L'année a en fait vu le lancement de la nouvelle marque *Dindon canadien*, conçue pour mettre en valeur la viande de dindon nutritive et de qualité supérieure que les éleveurs canadiens offrent chaque jour aux consommateurs. Nous avons établi de nouveaux partenariats et travaillé avec nos partenaires de toute la chaîne de valeur pour mettre à l'honneur le dindon. Engager le consommateur final et faire en sorte que le dindon reste toujours très présent dans son esprit est essentiel à notre réussite à long terme et à notre durabilité.

En 2016, l'industrie canadienne du dindon a continué à améliorer ses programmes, ses normes et ses pratiques pour que les élevages de dindon restent à la fine pointe de la production s'agissant de la salubrité et de la qualité des aliments, et du bien-être des animaux. Au cours de l'année, nous avons participé à la révision du *Code de pratiques pour le soin et la manipulation des œufs d'incubation, des reproducteurs, des poulets et des dindons*. Cette entreprise a été un autre bel exemple de collaboration de la communauté pour renforcer encore nos pratiques et tabler sur leurs points forts. Par ailleurs, l'avancement du programme à la ferme reste une grande priorité pour les EDC et, comme vous pourrez le lire, on en a tenu compte dans les mesures prises et les activités entreprises cette année.

Nous avons certes été confrontés à des défis au cours de l'année écoulée, mais d'incroyables occasions s'offrent à nous et les EDC s'engagent à les saisir pour renforcer notre industrie.

Je vous remercie de votre engagement envers l'agriculture et les éleveurs de dindon. Ensemble, nous nous efforcerons encore de protéger notre système fiable et indispensable, de répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui et d'améliorer notre marché.

Le président,

Mark Davies

# LES ÉLEVEURS DE DINDON: ONT UN IMPACT POSITIF AU CANADA

PLUS DE 222 MKG DE  
PRODUCTION VIVE TOTALE



20 TRANSFORMATEURS INSPECTÉS PAR LES  
SERVICES FÉDÉRAUX



PLUS DE 58M EN VENTES  
DE DÉTAIL (KG)



PLUS DE 347 M \$ DE VENTES DE DÉTAIL

PLUS DE 14 000 EMPLOIS  
AU TOTAL  
396 M \$ EN REQUIS AGRICOLES



Colombie-Britannique . Alberta . Saskatchewan . Manitoba .  
**DANS 8 DES PROVINCES**  
Ontario . Québec . Nouveau-Brunswick . Nouvelle-Écosse .

**3.3**  
milliards de dollars d'activités économiques annuelles  
Ventes totales associées à la production et à la transformation de dindon





# NOS VALEURS

Les membres des Éleveurs de dindon du Canada, suivant l'art. 21 de la Loi sur les offices des produits agricoles, croient dans :

- un système national de mise en marché ordonnée qui favorise la croissance de la production et la rentabilité pour les investisseurs du secteur;
- la possibilité de suivre le rythme des changements constants de la concurrence sur le marché canadien;
- une organisation qui fonctionne de façon morale, respectueuse et intégrée, et qui apprécie ses employés, ses partenaires et ses parties prenantes.

# GOUVERNANCE

Les principes qui suivent guident les efforts déployés par les EDC pour remplir leur mandat de façon professionnelle, efficace et transparente :

1. Gérer un système viable de gestion de l'offre qui permette la stabilité du marché, qui favorise la croissance et les investissements, et qui préserve la rentabilité pour les parties prenantes.
2. Administrer un système de gestion de l'offre qui reste suffisamment souple pour pouvoir réagir face à l'évolution du marché, de la concurrence et des exigences de la société.
3. Fonctionner dans le cadre d'un modèle de gouvernance structurée tout en appliquant des stratégies, afin d'éviter de tarder à agir, étayées par des séances de formation et d'orientation du Conseil d'administration et des permanents, ainsi que par des plans de succession clairs.
4. Se doter d'une équipe de direction solide et transparente, et s'assurer de disposer d'une base financière pour les opérations de l'Office.
5. Continuer à tabler sur des relations solides et fructueuses avec chaque organisation membre et avec les signataires de l'Accord fédéral-provincial (AFP).
6. Favoriser une industrie innovatrice et efficace en augmentant la valeur de chaque oiseau pour les producteurs et les transformateurs, grâce à un surcroît de valeur ajoutée pour les consommateurs.
7. Se doter de plans d'intervention et de ressources pour le cas où surviendrait une crise de santé aviaire, un autre incident grave ou un problème d'actualité.

**Les EDC  
représentent plus  
de 500 éleveurs  
canadiens qui  
offrent aux  
consommateurs  
du dindon  
de qualité  
supérieure.**

# AU SUJET DES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA

L'organisation nationale qui représente les éleveurs de dindon de tout le pays est connue sous l'appellation 'Les Éleveurs de dindon du Canada' (EDC). Créé en 1974 sous le régime fédéral de la Loi sur les offices des produits agricoles, l'Office prône la collaboration dans toute l'industrie canadienne du dindon, encourage la consommation de viande de dindon et supervise le système de gestion de l'offre de dindon au Canada.

Conformément à l'art.21 de la LOPA, le Conseil d'administration des EDC veille à ce que les mesures voulues soient prises pour « promouvoir la production et la commercialisation du dindon de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité ».

Les opérations des EDC sont financées par les redevances versées par les producteurs sur chaque kilogramme de dindon commercialisé. L'Office rend des comptes à ses membres et à ses partenaires, et présente chaque année un rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada, et du Conseil des produits agricoles du Canada.

## NOTRE VISION

Il sera facile de trouver en permanence du dindon canadien, partout au Canada, sous la forme souhaitée par les consommateurs.

## NOTRE MISSION

Développer et renforcer le marché canadien du dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.



## Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA)

### MISSION ET POUVOIRS

ART. 21. Un office a pour mission :

- a) de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits de dindon réglementés pour lesquels il est compétent, de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;
- b) de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés.



# TABLE DES MATIÈRES

1	AU SUJET DES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA
4	MESSAGE DU PRÉSIDENT
5	COMITÉ EXÉCUTIF ET CONSEIL D'ADMINISTRATION
6	COMITÉS ET NOMINATIONS
7	ADHÉSIONS, PARTENARIATS ET PERSONNEL DES EDC
8	MESSAGE DU DIRECTEUR EXÉCUTIF
9	RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ORGANISATIONS
10	LANCEMENT DE DINDON CANADIEN
11	PARTENARIATS POUR FOURNIR DU DINDON
13	POUR ENGAGER LE GOUVERNEMENT
15	SCIENCES ET RECHERCHE
18	POLITIQUES ET COMMERCE
21	L'INDUSTRIE CANADIENNE DU DINDON EN 2016
24	ÉTATS FINANCIERS





Le quarante-troisième rapport annuel de l'Office  
canadien de commercialisation du dindon (f.a.s.n.  
Les Éleveurs de dindon du Canada) est préparé pour  
présentation au ministre fédéral de l'Agriculture et de  
l'Agroalimentaire, au Conseil des produits agricoles  
du Canada et aux membres des Éleveurs de dindon du  
Canada.

Les Éleveurs de dindon du Canada

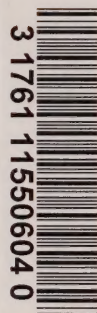
7145 West Credit Avenue, Building 1, Suite 202, Mississauga, ON L5N 6J7  
Tel: (905) 812-3140 | Fax: (905) 812-9326 | [leseleveursdedindonducanada.ca](mailto:leseleveursdedindonducanada.ca) | [dindoncandien.ca](http://dindoncandien.ca)  
[facebook.com/CanadianTurkey](https://facebook.com/CanadianTurkey) | [Twitter.com/Cdn\\_Turkey](https://twitter.com/Cdn_Turkey) | [Twitter.com/TurkeyFarmersCa](https://twitter.com/TurkeyFarmersCa)





TURKEY FARMERS  
OF CANADA™  
LES ÉLEVEURS DE DINDON  
DU CANADA™

# RAPPORT ANNUEL 2016



Rapport annuel pour l'exercice  
terminé le 31 décembre 2016

L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON  
(F.A.S.N. LES ÉLEVEURS DE DINDON DU CANADA)